



PENGARUH *TAX AVOIDANCE*, *SALES GROWTH*, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Nur Habibah¹, Fitria Eka Ningsih²

Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business,
Pamulang University, South Tangerang, Indonesia
Email : habibah3002@gmail.com; dosen01080@unpam.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of tax avoidance, sales growth, and company size on firm value in food and beverage companies within the non-cyclical consumer sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2019–2023 period. The total population consisted of 95 companies, and the sample was selected using a purposive sampling method based on specific criteria, resulting in 16 companies as the research sample. With an observation period of five years, the number of observations analyzed amounted to 80. The data used were secondary data obtained from audited annual reports and sustainability reports published between 2019 and 2023 and accessed from the official IDX website. The research applied an associative method with a quantitative approach, while the analysis technique employed statistical methods and panel data regression using EViews 12 and Microsoft Excel software. The results of the study show that tax avoidance, sales growth, and company size simultaneously affect firm value, confirming the collective influence of financial strategies and company characteristics on market perceptions. However, the partial test results reveal varied effects: tax avoidance has a positive effect on firm value, indicating that companies implementing tax-saving strategies tend to be perceived as more profitable and attractive to investors; sales growth has a negative effect on firm value, suggesting that rapid expansion may create operational risks and additional costs that reduce investor confidence; while company size shows no significant effect, meaning that a larger scale alone does not guarantee higher valuation in the capital market. These findings underscore the complexity of interactions between tax strategies, growth performance, and firm characteristics in shaping firm value, while also providing important implications for investors, regulators, and company management in developing effective strategies to strengthen competitiveness and enhance market trust.

Keywords: *Tax Avoidance, Sales Growth, Company Size, Company Value*

1. PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia saat ini terus berkembang maju dan tumbuh seiring dengan perkembangan perekonomian global. Persaingan antara perusahaan menjadi semakin ketat, dan perusahaan terus bersaing untuk bertahan hidup di pasar saham. Lalu investasi saham di era globalisasi kini menjadi suatu yang populer di berbagai kalangan untuk berinvestasi dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dari investasi tersebut. dengan adanya pandemi COVID-19 yang sudah berlangsung sejak tahun 2020, membuat perusahaan harus



memikirkan cara bagaimana dapat terus eksis melantai di bursa saham, pandemi Covid-19 juga memberikan dampak negatif bagi perusahaan, seperti turunnya harga saham dan kinerja keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai suatu perusahaan akan merefleksikan seberapa tingkat kemakmuran pemegang saham. Tinggi rendahnya nilai perusahaan bisa menentukan keputusan pemegang saham untuk tetap berinvestasi atau tidak, maka nilai perusahaan tercermin pada harga saham yang stabil (Aprillando & Mujiyati, 2022). Dimana nilai perusahaan mencerminkan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan, semakin banyak investor maka harga saham meningkat dan nilai perusahaanpun ikut meningkat dan sebaliknya.

Terdapat fenomena nilai perusahaan yang terjadi pada *indeks saham sector consumer non-cyclicals* atau sektor barang konsumen primer masih menjadi indeks sektoral dengan penurunan terdalam sejak awal tahun 2021. Berdasarkan data pada Bursa Efek Indonesia (BEI), indeks *sector consumer non-cyclicals* turun 15,63% secara *year to date* (ytd). Penurunan harga saham Indofood sejalan dengan penurunan IHSG pada 2 Januari 2020, IHSG berada di level 6.283 pada 24 Maret IHSG menjadi 3.937 atau turun 37% jika dibandingkan dengan posisi awal tahun, pasar saham baik Indonesia maupun global sedang terguncang akibat meluasnya pandemi COVID-19. Pasar saham sendiri sudah berada dalam tren melemah sejak kasus pertama di Indonesia diumumkan 2 Maret 2020. Kinerja yang positif mendorong kenaikan harga saham Indofood. Secara perlahan harga saham Indofood mendekati lagi level sebelum jatuh akibat pandemi. Mengawali tahun 2020 harga saham indofood bertengger di Rp. 7.975. harga saham Indofood jatuh ke titik terendahnya pada 24 Maret menjadi Rp 5.050 atau berarti anjlok sebesar 36% setelah mencapai titik terendah pada 24 Maret saham indofood dan IHGS sama-sama membaik per 3 Agustus harga saham Indofood sudah membaik di posisi Rp.6.475 atau naik 28% dibandingkan titik terendah pada 24 Maret. Sementara IHSG kini sudah pulih ke level 5.006 atau naik 27% dibandingkan titik terendahnya (tirto.id, 2020).

Nilai Perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya profitabilitas, *tax avoidance*, *sales growth*, dan ukuran perusahaan. Penelitian-penelitian sebelumnya terkait dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan yang memperoleh hasil yang cukup beragam (Riska Dwi Amelia et al., 2022). Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *tax avoidance* merupakan tindakan wajib pajak dalam mengurangi beban pajaknya secara legal dan tidak melanggar peraturan perpajakan, melalui penghindaran pajak perusahaan akan berusaha menyiasati besar pajak terutang dengan mengalihkan pada transaksi yang bukan merupakan objek pajak. Menurut (Mustafid & Sutandijo, 2023) Penghindaran pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aprillando & Mujiyati, 2022) bahwa *tax avoidance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. investor dapatkan. *Sales Growth* diartikan sebagai peningkatan jumlah penjualan dari satu tahun ke tahun



berikutnya. Dengan mengetahui tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan. Dengan pertumbuhan penjualan yang kuat, bisnis dapat memenuhi permintaan pasar, meningkatkan kepercayaan investor dan meningkatkan valuasi pasarnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sinaga & Aqamal Haq, 2023) bahwa *sales growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aprillando & Mujiyati, 2022) bahwa *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan pengukuran yang diklasifikasikan berdasarkan besar kecilnya perusahaan, dan dapat menggambarkan kegiatan operasional perusahaan dan pendapatan yang didapatkan perusahaan. Ukuran perusahaan dicerminkan dari total aset perusahaan. Menurut hasil penelitian (Dewantari et al., 2020) ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Viriany, 2025) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil fenomena dan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan masih banyak yang belum menunjukkan konsisten, mengacu pada penelitian tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk meneliti lebih lanjut dengan variabel independen *tax avoidance*, *sales growth*, dan ukuran perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

Menurut (Sugiyono., 2022) landasan teori adalah kumpulan teori yang relevan dengan masalah penelitian yang sedang dikaji, yang digunakan untuk membangun kerangka berpikir penelitian. Landasan teori berfungsi sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis dan untuk menafsirkan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan *grand theory agency* dan *theory signaling*. *Theory agency* dan *theory signaling* dipilih karena dapat menjelaskan alasan perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal terkait dengan adanya asimetri informasi antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak luar

2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan teori yang membahas tentang hubungan antara *agent* dan *principal*. Para *stakeholder* mengharapkan informasi yang berguna dalam memantau dana mereka yang ada dalam perusahaan tersebut atau mendapat informasi yang mendukung keputusan untuk berinvestasi atau memberikan pinjaman. Di sisi lain, manajer cenderung akan memilih untuk fokus mencapai laba yang tinggi. Hal ini dikarenakan dari laba yang tinggi tersebut maka perusahaan akan dinilai telah beroperasi dengan baik dan kinerja para manajer juga dinilai dengan baik. Konflik kepentingan antara manajer (*agent*) dan *stakeholder (principal)* menyebabkan adanya masalah keagenan, perilaku manajer yang tidak selalu bertujuan untuk kepentingan *stakeholder (principal)*, tapi terkadang manajer berperilaku untuk kepentingan manajer itu sendiri tanpa memperhatikan dampak yang diakibatkan kepada *stakeholder (principal)*.



Ketidakseimbangan informasi atau yang disebut dengan kondisi asimetri informasi (*information asymmetric*) yang memacu terjadinya konflik keagenan karena perbedaan pengetahuan informasi dari pihak manajer (*agent*) dan stakeholder (*principal*) sehingga manajer bisa memanipulasi informasi laporan keuangan tanpa diketahui *stakeholder (principal)* kebenaran yang sebenarnya (Chynthiawati et al., 2024). Manajer dapat menaikkan laba perusahaan dan melakukan penghindaran pajak agar laba perusahaan terlihat tinggi pada periode tersebut. Tingginya laba yang didapat akan menarik minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

2.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal atau *signalling theory* merupakan suatu tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk memberi rambu-rambu kepada investor apabila informasi memberikan sinyal yang baik kepada investor hal tersebut memicu perubahan volume harga saham, nilai perusahaan yang baik diartikan sinyal positif bagi para investor, begitu pula dengan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang meningkat diharapkan mampu memberikan sinyal positif yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, selain itu penghindaran pajak (*tax avoidance*) bagi pihak manajemen diharapkan mampu memberikan sinyal positif terhadap investor karena nilai perusahaan dikatakan baik diiringi dengan peningkatan harga saham (Margie & Melinda, 2024), dengan adanya sinyal tersebut, investor akan dapat mengambil keputusan untuk menanamkan modalnya atau tidak. Jika sinyal yang diberikan baik maka investor akan cenderung menginvestasikan modalnya pada perusahaan sehingga harga saham akan tinggi dan nilai perusahaan meningkatkan.

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yaitu harga jual atas saham perusahaan melalui pertimbangan calon investor bahwa perusahaan dianggap layak, sehingga ia bersedia untuk melakukan pembayaran bila dilakukan penjualan saham perusahaan tersebut dalam pasar modal. Kekayaan perusahaan dan pemegang saham dapat digambarkan dari harga pasar saham yang direfleksikan dari keputusan manajemen aset dan investasi pendanaan. Tingginya harga saham perusahaan akan berdampak pada tingginya nilai perusahaan dan sebaliknya rendahnya harga saham perusahaan dapat mengakibatkan rendahnya nilai perusahaan (Aprillando & Mujiyati, 2022).

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar direfleksikan melalui performa perusahaan yang terlihat dari harga sahamnya. Proksi dari nilai perusahaan yang digunakan adalah *Price Earning Ratio*, yang dirumuskan sebagai berikut (Herdiani et al., 2021) :

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning per Share}} \times 100\%$$

2.4 Tax Avoidance

Tax avoidance atau penghindaran pajak adalah proses pengendalian



tindakan agar terhindar dari konsekuensi pengenaan pajak yang tidak dikehendaki tetapi masih dalam bingkai peraturan perpajakan. Penghindaran pajak merupakan suatu tindakan yang benar-benar legal. Penghindaran pajak juga sering disebut *tax planning*. Walaupun pada dasarnya penghindaran pajak adalah perbuatan yang sifatnya mengurangi hutang pajak dan bukan mengurangi kesanggupan atau kewajiban wajib pajak dalam melunasi pajak-pajaknya (Suripto, 2020).

Penghindaran pajak dapat dianggap sebagai strategi yang bijak dan berhasil di beberapa sektor atau negara dengan tarif pajak yang tinggi. Tingkat penghindaran pajak yang dilakukan dihitung dengan menggunakan proksi efektif tarif pajak (ETR), dalam penelitian sebelumnya oleh (Chelline Daphne et al., 2024) untuk menghitung ETR sebagai berikut :

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$$

2.5 Sales Growth

Pertumbuhan penjualan mencerminkan pencapaian perusahaan di masa lalu, dan digunakan untuk memprediksikan pencapaian perusahaan di masa depan. Pertumbuhan penjualan juga dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar (Ningsih et al., 2024)

Pertumbuhan dari penjualan dapat menggambarkan kinerja pemasaran dari perusahaan dan kemampuan daya saing dalam lingkup sektor industri yang sama. Prospek pertumbuhan yang baik di masa depan dapat mencerminkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan *return* saham bagi investor (Fahlevi et al., 2023). Adapun berikut merupakan rumus dari *sales growth*:

$$Sales\ Growth = \frac{net\ sales^t - net\ sales^{t-1}}{net\ sales^{t-1}} \times 100\%$$

2.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan melalui total aktiva, total penjualan, beban pajak, dan lainnya. Perusahaan besar dapat mendorong pasar untuk membayar lebih, karena investor percaya bahwa mereka akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Perusahaan dengan total aset besar cenderung memiliki arus kas yang stabil dan dianggap memiliki prospek jangka panjang yang baik. Perusahaan besar lebih dipercaya untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar dan mampu menghasilkan lebih dibandingkan perusahaan dengan total aset kecil. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan proksi *size* sebagai berikut:

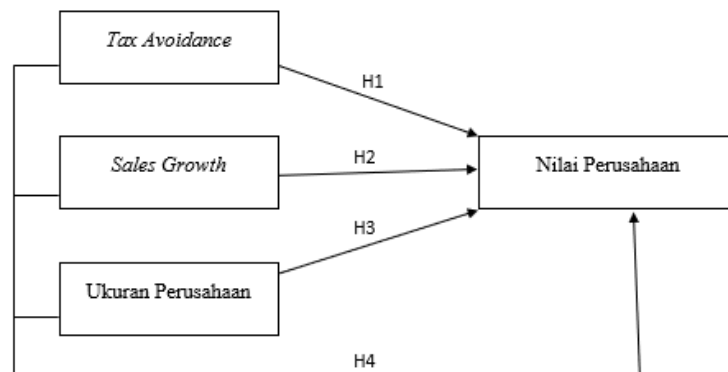
$$size = \ln(\text{total asset})$$

2.7 Kerangka Berpikir

Menurut (Sugiyono., 2022) kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variable yang akan diteliti. Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Pertautan antara variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan kedalam bentuk paradigma penelitian. Oleh karena itu, pada setiap penyusunan paradigma harus didasarkan pada kerangka berpikir. Seorang peneliti harus menguasai teori-teori ini sebagai



dasar argumen dalam menyusun kerangka berpikir yang membuahkan hipotesis. Kerangka berpikir ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini disajikan dalam gambar berikut ini:



3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

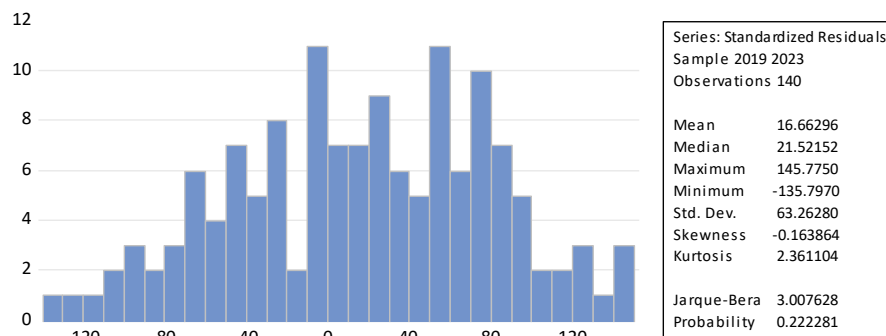
Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono., 2022), metode penelitian kuantitatif dapat dijelaskan sebagai metode penelitian yang berbasis pada filsafat *positivisme*. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data. Analisis kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Proses penelitian bersifat asosiatif, dimana konsep atau teori digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan merumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut kemudian diuji melalui pengumpulan data sekunder dengan menggunakan instrumen penelitian. Data yang terkumpul di analisis secara kuantitatif menggunakan statistik deskriptif atau inferensial, sehingga dapat disimpulkan apakah hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 5 (lima) tahun mulai tahun 2019-2023. Bursa Efek Indonesia (BEI) dipilih sebagai tempat penelitian karena Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah bursa pertama di Indonesia yang dianggap mempunyai daya yang lengkap dan tersusun dengan baik. Pemilihan lokasi penelitian di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs resmi (www.idx.co.id), berdasarkan atas pertimbangan objektif sesuai dengan tujuan penelitian serta pertimbangan.



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Normalitas



Gambar 4.1
Uji Normalitas

Berdasarkan hasil dari uji Jarque-Bera, dapat dilihat bahwa nilai *chi-square* (*Jarque-Bera*) yang dihitung sebesar 3.007628 lebih kecil dibandingkan dengan nilai *chi-square* (*Jarque-Bera*) tabel yang sebesar 167,514305. Selain itu, nilai probabilitas *Jarque-Bera* yang dihitung sebesar 0.222281 juga lebih besar daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan oleh penulis, yaitu 0.05. Dengan demikian, diperoleh hasil bahwa model residual memiliki distribusi normal.

4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

4.1 Tabel

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Weighted Statistics			
R-squared	0.217981	Mean dependent var	150.4836
Adjusted R-squared	0.200730	S.D. dependent var	125.8952
S.E. of regression	66.15350	Akaike info criterion	7.465040
Sum squared resid	595174.9	Schwarz criterion	7.549087
Log likelihood	-518.5528	Hannan-Quinn criter.	7.499194
F-statistic	12.63624	Durbin-Watson stat	0.745622
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan tabel 4.13, hasil uji koefisien determinan menunjukkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0.200730 atau sebesar 20%. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh *Tax avoidance*, *sales growth*, dan ukuran perusahaan sebesar 20%. Sementara itu, 80% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak dianalisis dalam penelitian.



4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara *Simultan* (Uji F)

4.1 Tabel

Hasil Uji Hipotesis Secara *Simultan* (Uji F)

Weighted Statistics			
R-squared	0.217981	Mean dependent var	150.4836
Adjusted R-squared	0.200730	S.D. dependent var	125.8952
S.E. of regression	66.15350	Akaike info criterion	7.465040
Sum squared resid	595174.9	Schwarz criterion	7.549087
Log likelihood	-518.5528	Hannan-Quinn criter.	7.499194
F-statistic	12.63624	Durbin-Watson stat	0.745622
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan hasil F_{tabel} yang diperoleh dengan hasil pengujian $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($12.63624 > 2.67$) dan nilai probabilitas ($0.000000 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance*, *sales growth*, dan ukuran perusahaan secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan

4.4 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

4.1 Tabel

Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Weighted Statistics			
R-squared	0.217981	Mean dependent var	150.4836
Adjusted R-squared	0.200730	S.D. dependent var	125.8952
S.E. of regression	66.15350	Akaike info criterion	7.465040
Sum squared resid	595174.9	Schwarz criterion	7.549087
Log likelihood	-518.5528	Hannan-Quinn criter.	7.499194
F-statistic	12.63624	Durbin-Watson stat	0.745622
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 4.15 yaitu pengujian yang dilakukan secara parsial untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *tax avoidance* lebih kecil dari tingkat signifikan sebesar $0.0040 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar 20.58554. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *tax avoidance* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).
2. Pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel *sales growth* lebih kecil dari tingkat signifikan sebesar $0.0028 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar -7.135841. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan lebih kecil dari tingkat signifikan sebesar $0.0000 < 0.05$ dengan nilai koefisien sebesar -1.838498.



Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative secara signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, sehingga diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tax avoidance*, *sales growth*, dan ukuran perusahaan secara *simultan* (bersamaan) mempengaruhi nilai perusahaan. Ketiga faktor ini bersamaan meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan, dengan cara mengurangi beban biaya melalui penghindaran pajak, memberikan sinyal positif kepada investor melalui pertumbuhan penjualan yang menunjukkan potensi peningkatan laba, serta perusahaan akan memberikan informasi kepada investor terhadap keadaan perusahaan dimana keadaan perusahaan yang baik dapat menarik minat investor.
2. Hasil penelitian menunjukkan *tax avoidance* secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi *tax avoidance* maka semakin tinggi juga nilai perusahaan. Dengan mengurangi beban pajak melalui strategi *tax avoidance* yang sesuai aturan, laba perusahaan akan meningkat sehingga memberikan sinyal positif terhadap investor sehingga mendorong harga saham dan nilai perusahaan.
3. Hasil penelitian menunjukkan *sales growth* secara parsial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi *sales growth* maka semakin rendah nilai perusahaan. Strategi pertumbuhan yang tidak efisien dapat memicu pengaruh negatif, seperti turunnya laba dan laba per saham (EPS), dan berujung pada penurunan harga saham, sehingga mempengaruhi persepsi investor dan akhirnya menurunkan nilai perusahaan secara keseluruhan, meskipun perusahaan berhasil menaikkan penjualan.
4. Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan secara parsial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan bukan satu-satunya faktor yang menentukan nilai perusahaan. Justru, dalam beberapa kasus, ukuran yang terlalu besar bisa berdampak negatif terhadap persepsi pasar dan menurunkan nilai perusahaan, terutama bila perusahaan tidak mampu mengelola kompleksitas secara efisien dan tidak memberikan sinyal positif yang kuat kepada investor. Oleh karena itu, perusahaan besar harus lebih berhati-hati dalam tata kelola, transparansi informasi, dan pengambilan keputusan strategis agar mampu meningkatkan kepercayaan pasar dan menjaga nilai perusahaan tetap tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Adelyya, R., & Putri, N. E. (2022). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Sales Growth Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2),



123–132. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2343>

Aprillando, D., & Mujiyati, M. (2022). Pengaruh Tax Avoidance, Profitabilitas, Sales Growth, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks Lq45 Di Bei Periode 2018-2020). *Accounting Global Journal*, 6(1), 12–27. <https://doi.org/10.24176/agj.v6i1.7464>

Chelline Daphne, Hutapea, J. Y., & Harman Malau. (2024). Pengaruh Green Accounting, Sales Growth Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pelayaran Yang Terdaftar Di Bei 2018-2023. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6), 6557–6569. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.13247>

Chynthiawati, L., Jonnardi, & Fakultas. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 6(2), 1589–1599. <https://doi.org/10.24912/jpa.v6i2.29894>

Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74–83. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23157>

Fahlevi, A. R., Sedovandara, D. F., Daffa, M. A., Dzikri, M. A. A., & Faizi, M. F. N. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Sales Growth, dan Gender Diversity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11(1), 49–58. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v11i1.1598>

Fikriyah, U., & Suwarti, T. (2023). Pengaruh tax avoidance, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan (Bijak)*, 5(2), 193–201. <https://doi.org/10.26905/j.bijak.v5i2.10176>

Herdiani, N. P., Badina, T., & Rosiana, R. (2021). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 87–106. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.157>

Margie, L. A., & Melinda, M. (2024). Pengaruh Green Accounting, Sales Growth Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi Universitas Pamulang*, 4(2), 594–607. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/339>

Muhammad Rizal, D. H. (2020). Analisis Pengaruh Leverage , Likuiditas , Tax Avoidance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017) Oleh : Muhammad Ri. *Journal of Accounting, Management & Entrepreneurshi*, 18(2), 29–45.



- Mustafid, A., & Sutandijo, S. (2023). Pengaruh Peghindaran Pajak, Pertumbuhan Penjualan dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal : InFestasi Universitas Pamulang*, 19(2), 125–133. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v19i2.21805>
- Nazla Aliva Faridah, & Hermie. (2024). Pengaruh Sales Growth, Tax Avoidance Dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Periode 2019 -2023. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 895–906. <https://doi.org/10.25105/v4i2.20907>
- Ningsih, F. E., Stiawan, H., & Nurhayati, N. (2024). Optimalisasi Nilai Perusahaan Melalui Struktur Modal, Perencanaan Pajak, dan Pertumbuhan Penjualan: Peran Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis Universitas Pamulang*, 4(2), 861–873. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i2.837>
- Nuraeni, F., Yanti, Y., & Lasmini, L. (2023). Pengaruh Tax Avoidance, Sustainability Report dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Non-Siklis yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022). *Jurnal Edunomika*, Vol 08(01), 1–14. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>
- Riska Dwi Amelia, Dirvi Surya Abbas, Hesty Ervianni Zulaecha, & Sigit Budi Santoso. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 1(3), 108–117. <https://doi.org/10.30640/digital.v1i3.432>
- Saputri, S. A., & Mutmainah, K. (2024). Green Accounting , Cash Holding , Sales Growth , Tax Avoidance Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Consumer Non- Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2020 Sampai 2023. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Universitas Sains Al-Qur'an*, 6(1), 165–177.
- Sinaga, M. U., & Aqamal Haq. (2023). Pengaruh Struktur Aktiva, Pertumbuhan Penjualan, Risiko Bisnis, Dan Tax Avoidance Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Sektor Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017 - 2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3211–3220. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17988>
- Suripto, S. (2020). Transparansi Perusahaan Memoderasi Pengaruh Tax Avoidance Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi, Universitas Pamulang*, 1(1), 101–111. <https://doi.org/10.46306/rev.v1i1.10>
- Viriany, I. (2025). Analisis Moderasi Profitabilitas Pada Hubungan Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Pada Perusahaan Non-Cyclicals. *Jurnal Bina Akuntansi Volume 12*, 12(01), 84–97. <https://doi.org/10.52859/jba.v12i1.704>



Warno, & Fahmi, U. (2020). Pengaruh Tax Avoidance Dan Biaya Agensi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Lq45. A: *Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 11(2), 188–201.