

## Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Periode 2017-2021

Euro Ellytra<sup>1</sup>, Agustina Suparyati<sup>2</sup>

Program Studi Sarjana Terapan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Trisakti

Jl. Kyai Tapa No 1, Grogol, Jakarta 11440, Indonesia

\*Coressponding Author Email: [eurolitra123@gmail.com](mailto:eurolitra123@gmail.com)

### Abstract

*The pharmaceutical industry is a company that produces medicines where when conditions are minimal or lacking, at least people will continue to strive to fulfill their health. This study aims to analyze the effect of tax management, sales growth, and company size on the value of pharmaceutical companies for the period 2017-2021. Firm value is the dependent variable in this study and tax management, sales growth and company size are the independent variables. The sampling technique used was purposive sampling with predetermined criteria, obtained a sample of 7 companies from 12 companies with an observation period of 5 years. The analysis technique used is multiple linear regression analysis, using the eviews program. The results showed that tax management, company size and sales growth have an effect on firm value. Partially the independent variables have a significant effect on the dependent variable and vice versa.*

**Keywords:** Tax management, company size, sales growth, company value and type of industry.

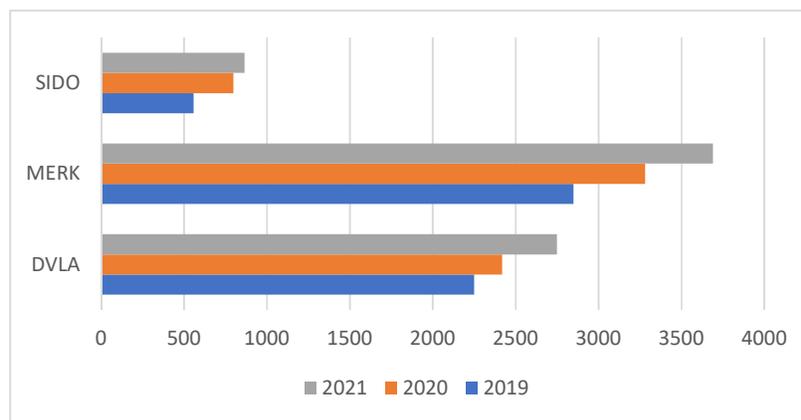
### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen pajak, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan farmasi periode 2017-2021. Nilai perusahaan menjadi variabel dependen dalam penelitian kali ini dan manajemen pajak, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan menjadi variabel independen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan, diperoleh sampel sebanyak 7 perusahaan dari 12 perusahaan dengan periode pengamatan 5 tahun. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan program eviews. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pajak, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya.

**Kata Kunci :** Manajemen pajak, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan dan Jenis industri .

## **I. LATAR BELAKANG**

Suatu perusahaan memiliki target untuk selalu meningkatkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan mampu menjadi salah satu kriteria bagi setiap investor untuk menitipkan kekayaan yang dimilikinya sebagai salah satu sumber pendanaan yang akan digunakan dalam berbagai kegiatan untuk menunjang kinerja perusahaan, nilai perusahaan ini direfleksikan oleh harga pasar saham perusahaan. Dalam kondisi ketidakpastian akibat pandemi, banyak sektor sektor mengalami krisis namun beberapa sektor justru dapat bertahan bahkan menjadi industri yang positif dikala pandemi industri tersebut adalah industri farmasi. Industri farmasi ini merupakan perusahaan yang memproduksi obatobatan dimana pada saat kondisi yang sangat minim atau berkekurangan, setidaknya orang akan tetap berupaya memenuhi kesehatannya. Pada saat covid melanda industri farmasi mengalami peningkatan kinerja secara global hal ini dibuktikan dengan pergerakan saham saham farmasi yang mengalami peningkatan sejak diumumkannya kasus covid pertama kali di Indonesia



**Gambar 1. Harga Saham Industri Farmasi**

Jika melihat tabel diatas pergerakan saham saham farmasi sebelum dan sesudah pandemi mengalami peningkatan yang cukup dratis hal ini disebabkan banyak barang barang dari sektor farmasi yang dibutuhkan sehingga menciptakan harga harga saham industri farmasi mengalami peningkatan

Harga saham erat kaitannya dengan Nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan sudut pandang Investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan maka dari itu nilai perusaha sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin banyak investor yang tertarik dan berlomba lomba menginvestasikan kekayaanya

disuatu perusahaan karena perusahaan tersebut dianggap mampu menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya dan dapat ditunjukkan dari kenaikan harga saham.

Untuk melaukan pengukuran terhadap nilai perusahaan dapat digunakan indikator *price to earning ratio* (PER), Semakin besar nilai (PER) maka harga saham akan mengalami peningkatan . *Price to earning ratio* (PER) yang tinggi juga menunjukkan kondisi *company* sedang mengalami peningkatan yang baik. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya manajemen pajak, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan (Hidayat,2018). Manajemen pajak dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Manajemen Pajak sendiri merupakan proses mengorganisasi jumlah pajak badan ataupun perorangan dalam koridor penentuan perpajakan. Ketika perusahaan mampu meminimalisir pembayaran pajak maka bisa mengurangi beban yang dianggarkan oleh perusahaan, dengan begitu laba yang akan diperoleh semakin banyak. Manajemen pajak secara tidak langsung akan berimbas pada jumlah investor untuk mepercayakan kekayaannya sebagai tambahan modal perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat. Sepemikiran dengan peneliti sebelumnya yang menegaskan bahwa perencanaan pajak mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Hani,2021).

Ukuran perusahaan juga mampu memengaruhi nilai perusahaan karena semakin bertambahnya cakupan *company* mampu mempermudah perusahaan untuk memperoleh pendanaan yang mampu digunakan untuk menunjang kinerja perusahaan. Pertumbuhan penjualan diasumsikan mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Dimana pertumbuhan penjualan mampu mengidentifikasi bahwa *company* memiliki kinerja yang baik di periode mendatang tentunya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dipenelitian lain ada yg menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Dewi dan Sujana, 2019) Dalam penelitian ini menganalisis industri farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2021, peneliti akan menganalisis pengaruh Manajemen Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan pengukuran *Net Profit Margin* (NPM), *Size*, dan *Sales Growth* (SG) terhadap *Price to Earning Ratio* (PER).

## **II. KAJIAN TEORITIS**

### **Nilai Perusahaan**

Nilai Perusahaan dapat diartikan sebagai hasil capaian perusahaan yang mencerminkan keyakinan masyarakat kepada suatu perusahaan setelah melalui berbagai proses dalam kurun waktu yang tidak singkat, yaitu mulai dari pendirian perusahaan hingga kini (Denziana dan Monica 2016 : 242). Dengan nilai perusahaan yang tinggi, maka pasar akan mempercayai kinerja suatu perusahaan baik dimasa sekarang maupun prospek perusahaan di waktu mendatang (Wijaya dan Sedana, 2015 : 4478).

### **Manajemen Pajak**

Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan atas suatu upaya agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pajak sendiri merupakan kontribusi wajib yang harus ditunaikan oleh rakyat kepada negara yang pelaksanaannya dapat dipaksakan dan tanpa balas jasa (Mardiasmo, 2016 :3).

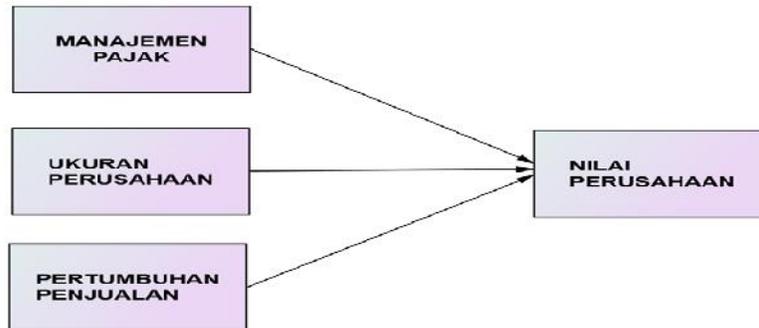
### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan ialah ukuran seberapa luas tingkat jangkauan perusahaan dalam memasarkan produk ataupun jasa yang di geluti. Ukuran perusahaan bisa dinilai dari besarnya total penjualan, total aset, dan tingkat penjualan rata - rata terhadap periode tahun buku (Windi Novianty dan Wendy May 2018).

### **Pertumbuhan Penjualan**

Pengaruh pertumbuhan penjualan merupakan ukuran tingkat perkembangan struktur hasil penjualan suatu perusahaan dari tahun ke tahun. Dengan begitu menjadi standar perusahaan untuk menentukan kondisi kesehatan dalam suatu perusahaan, semakin baik kondisi perusahaan maka akan mempengaruhi jumlah minat investor untuk ikut andil menanamkan jumlah hartanya. Keadaan tersebut juga akan berpengaruh terhadap peningkatan aset perusahaan.

## Rerangka Konseptual



Gambar 2. Rerangka Pemikiran

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh Manajemen Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Romadhina and Andhitiyara, 2021) ditemukan temuan bahwa manajemen pajak/perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Bagi (Hidayat, 2018) Perencanaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan dilakukan untuk menghindari tingginya beban pajak yang harus dibayarkan dan lebih mengalokasikan kepada profit yang diperoleh namun dalam perencanaan pajak manajemen tetap melakukan dengan kaidah kaidah yang telah ditetapkan / diperbolehkan undang undang

**H<sub>1</sub> : Manajemen pajak Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan**

### Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan sangat erat kaitannya dengan pendapatan perusahaan, jumlah karyawan, total aktiva, jumlah modal dan seberapa luas jangkauan barang atau jasa yang di produksi perusahaan mampu bersaing di pasar dan dapat memenuhi tingkat kepuasan masyarakat. Semakin besar ukuran *company*, dengan begitu semakin besar antusias investor dalam penyertaan modal di perusahaan dengan begitu akan berdampak baik pada perkiraan laba yang akan di dapatkan nantinya. (PER) *Price Earning Rasio* adalah nilai untuk mengukur nilai suatu perusahaan terkait mahal atau murahnya harga saham atas seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan nantinya akan dibagikan pada investor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani and Kartika, 2022) ditemukan hasil temuan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh temuan yang ditemukan oleh (Paradila and Widiasmara, 2019) bahwa ukuran perusahaan yang tinggi merepresentasikan nilai perusahaan yang tinggi pula semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi juga nilai perusahaan.

**H<sub>2</sub> : Ukuran persahaan berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan.**

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

Pertumbuhan penjualan pada dasarnya mempengaruhi dari hasil kinerja dalam perusahaan. Pertumbuhan penjualan mampu mengindikasikan adanya daya saing *company* dalam pasar yang sehat. Jika pertumbuhan penjualan mengarah pada tingkat positif, maka akan memengaruhi nilai dari suatu perusahaan yang besar. Hal tersebut mampu menjadi tolak ukur bagi para investor untuk berlomba lomba menyalurkan dananya dan mengharapakan laba yang maksimal dari hasil peningkatan penjualannya perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Apriliyanti and Herawaty, 2019) bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. pertumbuhan penjualan dianggap sebagai sebuah harapan atau kemungkinan perusahaan dalam mencetak laba di masa depan selain itu pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai sebuah dasar pengambilan keputusan apakah perusahaan tersebut layak untuk di investasi ataupun tidak

**H<sub>3</sub> : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan.**

### **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian yang dikembangkan menggunakan metode analisis regresi data panel. Data panel dapat diartikan sebagai satu pola yang berasal dari data *time series* dan *cross section* (Febriminanto, 2012). Pemilihan ini dipergunakan untuk menganalisis Pengaruh manajemen pajak , pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi 2018 - 2021. Penelitian yang di lakukan dengan metode kuantitatif yang artinya pengujian teori menggunakan angka dalam pengukuran setiap variabelnya serta data dianalisis melalui prosedur. Pengambilan data pada penelitian kali ini dengan melihat laporan keuangan setiap perusahaan farmasi yang telah terdaftar di Bursa efek Indonesia (BEI).

Penelitian yang dibuat cenderung menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis berupa regresi data panel dan menggunakan uji *chow*, uji *hausman* dan LM test pada *software E-Views9*.

1. Analisis regresi linier dipergunakan sebagai pengukuran seberapa kuat pengaruh antara variabel terkait. Selain itu digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel. Analisis regresi linear ini dilakukan dengan alat bantu statistik yaitu Eviews9, dengan persamaan sebagai berikut :

$$PER_{it} = \alpha + \beta_1 NPM_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 SG_{it} + \epsilon_{it}$$

Dimana :

= Konstanta

= Koefisien regresi

= Standar *error*

PER = Nilai Perusahaan

NPM = Manajemen Pajak

SIZE = Ukuran Perusahaan

SG = Pertumbuhan Penjualan

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Deskripsi Data

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh variable Manajemen Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor farmasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2017–2021. Sumber data tersebut diperoleh melalui *website* IDX ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Penelitian ini menggunakan data sekunder dengan objek penelitian adalah perusahaan perbankan periode 2017- 2021 untuk lebih jelasnya dapat melihat tabel 1.

**Tabel 1. Kriteria Penentuan Jumlah Sampel**

No`	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021	12
2	Perusahaan farmasi yang memiliki data lengkap untuk kebutuhan penelitian dan menggunakan mata uang rupiah	(8)
3	Perusahaan yang mempublikasi laporan keuangan secara lengkap secara berturut turut pada periode 2017-2021	(7)
Tahun penelitian		2017-2021 (5 tahun)
Total Sampel		35 sampel

*Sumber : Data diolah*

**Tabel 2. Daftar Saham Perusahaan**

No	Kode Saham	Nama Perusahaan
1	DVLA	PT Darya - Varia Laboratorium Tbk
2	SIDO	PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk
3	KAEF	PT Kimia Farma Tbk
4	MERK	PT Merck Tbk
5	SDPC	PT Milenium Pharmacon Internantional Tbk
6	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk
7	TSPC	PT Tempo Scan Pacific Tbk

*Sumber : Data diolah*

### Analisis Data

### Statistik Deskriptif

**Tabel 3. Hasil Statistik Deskriptif**

Variabel	Sample	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	35	0.58000	101.5000	16.4585	16.8181
Manajemen Pajak	35	0.09901	0.31000	0.09901	0.0798
Ukuran Perusahaan	35	21.0000	31.0000	27.4000	3.0117
Pertumbuhan Penjualan	35	-6.00000	38.00000	8.471429	9.775587

*Sumber: Data diolah EViews9*

1. Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0.580000 di PT Darya Varia Laboratorium dan nilai maksimum pada PT Pyridam Farma Tbk Tahun 2021 yaitu sebesar 101.5000. Nilai Perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 16.818111. Sedangkan Nilai standar deviasinya sebesar 18.818111 menunjukkan adanya variasi nilai perusahaan yang cukup besar antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain karena nilai standar deviasi yang dihasilkan lebih besar dibandingkan nilai rata-ratanya.
2. Manajemen pajak memiliki nilai minimum sebesar 0.099014 di PT Merck dan nilai maksimum pada PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2021 yaitu sebesar 0.310000. Manajemen pajak memiliki nilai rata-rata sebesar 0.099014. Sedangkan Nilai standar deviasinya sebesar 0.079877 menunjukkan adanya variasi Manajemen pajak yang kecil antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain karena nilai standar deviasi yang dihasilkan lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya.
3. Ukuran Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 21.00000 di PT Darya-Varia Laboratorium Tbk tahun 2017 dan nilai maksimum pada PT Kalbe Farma Tbk Tahun 2021 sebesar 31.00000. Ukuran Perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 27.400000 Sedangkan Nilai standar deviasinya sebesar 3.011742 menunjukkan adanya variasi Ukuran Perusahaan yang kecil antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain karena nilai standar deviasi yang dihasilkan lebih kecil dibandingkan nilai rata-ratanya.
4. *Pertumbuhan Penjualan* memiliki nilai minimum sebesar -6.0000 di PT Merck Tbk tahun 2021 dan nilai maksimum pada PT Merck Tbk tahun 2020 yaitu sebesar 38.0000 *Pertumbuhan Penjualan* memiliki nilai rata-rata sebesar 8.4714. Sedangkan Nilai standar deviasinya sebesar 9.775587 menunjukkan adanya variasi *Pertumbuhan Penjualan* yang kecil antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain karena nilai standar deviasi yang dihasilkan lebih besar dibandingkan nilai rata-ratanya.

**Uji Pemilihan Model**

**Pengujian Chow**

**Tabel 4. Pengujian Chow**

Model	Cross-section Chi-square	Prob.
Nilai Perusahaan	22.116631	0.0012

*Sumber : Data diolah dengan Eviews9*

**Pengujian Hausman**

**Tabel 5. Pengujian Hausman**

Model	Chi-Sq. Statistic	Prob.
Nilai Perusahaan	3.969752	0.2467

*Sumber : Data diolah dengan EViews9*

**Uji Hipotesis**

**Pengujian Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	Nilai R Square	Nilai Adjusted R Square
Nilai Perusahaan	0.576449	0.535460

*Sumber data: diolah dengan eviews9*

Berdasarkan tabel 6, menunjukkan nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0.535460, hal ini menunjukkan bahwa Manajemen pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan mampu menjelaskan variabel Nilai perusahaan sebesar 53.54%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 46.46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

**Pengujian Global (Uji F)**

**Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Simultan)**

Model	Nilai F	Nilai Sig.
Nilai Perusahaan	14.06358	0.00006

*Sumber data: diolah dengan EViews9*

Berdasarkan data dalam tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan model sebesar  $0.00006 < 0.05$ , maka  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa model sudah sesuai (fit) sehingga dapat dilakukan pengujian hipotesis.

**Pengujian Parsial (Uji t)**

Uji statistik t bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan data dalam table diatas, maka didapatkan perumusan regresi sebagai berikut:

$$PER_{it} = + -17.82116 NPM_{it} + 0.576042 SIZE_{it} + 0.0457894 SG_{it} \dots\dots (1)$$

**Tabel 8. Uji t (Uji Parsial)**

Variabel	Prediksi	Coef (B)	Sig. Two Tail	Sig. One tailed	Kesimpulan
NPM	+	-17.82116	0.6732	0.3366	Ha Ditolak
SIZE	+	0.576042	0.6259	0.3129	Ha Ditolak
SG	+	0.457894	0.0000	0.0000	Ha Diterima

*Sumber Data: Data diolah dengan EViews9 , \* = 10%*

**1. Pengaruh Manajemen Pajak Terhadap Nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan dalam tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa Manajemen Pajak yang diproxykan dengan *Net Profit Margin* memiliki nilai p-value sebesar  $0.3366 > 0,05$  dengan nilai  $\beta_1 = -17.82116$  atau dengan arah negatif Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan dimana *Manajemen pajak* yang meningkat berpengaruh meningkatkan Nilai perusahaan maka Ho Diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Manajemen pajak tidak terbukti terhadap Nilai perusahaan.

**2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan dalam tabel diatas, *Ukuran Perusahaan* memiliki nilai p-value sebesar  $0,3129 > 0.1$  dengan nilai  $\beta_2 = 0.576042$  atau dengan arah positif Hasil ini menunjukkan ukuran perusahaan yang meningkat maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebaliknya ukuran perusahaan yang menurun akan menurunkan nilai perusahaan maka Ho Diterima Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Ukuran Perusahaan* terbukti berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan.

**3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan dalam tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa Pertumbuhan Pernjualan yang diproxykan dengan *Sales Growth* memiliki nilai p-value sebesar  $0.000 > 0,05$  dengan nilai  $\beta_3 = 0.457894$  atau dengan arah positif Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dimana *Pertumbuhan Penjualan*

yang meningkat berpengaruh meningkatkan Nilai perusahaan maka  $H_{a3}$  Diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Manajemen pajak terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai perusahaan.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Manajemen Pajak Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui pengaruh manajemen pajak terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai koefisien beta  $-17.82116$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0.3366 > 0.1$ . Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan manajemen pajak terhadap nilai perusahaan. Manajemen Pajak merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh perusahaan beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi (Romadhina and Andhityara, 2021) Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat, 2018) terdapat hubungan positif antara manajemen pajak dengan nilai perusahaan. manajemen pajak dilakukan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan serta benefit yang diterima lebih besar daripada cost maupun resikonya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aulia and Hendra, 2020) dan (Kartika, 2021) yang mengatakan bahwa manajemen pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perencanaan pajak tidak dilakukan oleh manajemen dikarenakan benefit yang diterima lebih kecil dibandingkan dengan cost/biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas perencanaan pajak.

#### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai koefisien beta  $0.576042$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0.3129 > 0.1$ . Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan namun tidak signifikan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Mahanani and Kartika, 2022) ditemukan bahwa perusahaan dengan ukuran baik kecil maupun besar tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, nilai perusahaan dinilai dari faktor faktor lain seperti kemampuan perusahaan dalam mencetak laba selama satu periode atau jumlah liabilitas yang sedikit hal tersebut dinilai dapat meningkatkan nilai perusahaan daripada ukuran perusahaan itu sendiri. Hasil temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi and Praptoyo, 2019) dan (Paradila and Widiastara, 2019) yang mengatakan bahwa ukuran suatu

perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan karena besar atau kecilnya suatu perusahaan tidak berkaitan dengan nilai suatu perusahaan.

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

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai koefisien beta 0.017550 dengan nilai signifikansi sebesar  $0.0824 < 0.1$ . Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat, 2018) ditemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai suatu perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan sebuah bukti bahwa suatu perusahaan kinerja yang bagus sehingga akan berdampak pada laba yang diperoleh selama suatu periode. Menurut (Apriliyanti and Herawaty, 2019) pertumbuhan penjualan dianggap sebagai sebuah harapan atau kemungkinan perusahaan dalam mencetak laba di masa depan selain itu pertumbuhan penjualan dapat dijadikan sebagai sebuah dasar pengambilan keputusan apakah perusahaan tersebut layak untuk di investasi ataupun tidak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Santoso and Budiarti, 2020) dan (Dewi and Tarigan, 2020) yang menemukan temuan berupa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, semakin besar persentase pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka semakin tinggi rasio nilai perusahaan yang diperoleh.

## **V. KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Manajemen Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 7 perusahaan di sektor manufaktur sub sektor farmasi dengan total 35 sampel data, sehingga diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Manajemen Pajak tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
2. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
3. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

**DAFTAR REFERENSI**

- Apriliyanti, V., Hermi, H. and Herawaty, V. (2019) 'Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), pp. 201–224. Available at: <https://doi.org/10.25105/jmat.v6i2.5558>.
- Aulia Hendra, I. and NR, E. (2020) 'Pengaruh Manajemen Laba Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(4), pp. 3566–3576. Available at: <https://doi.org/10.24036/jea.v2i4.305>.
- Dewi, L.A. and Praptoyo, S. (2019) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(September), pp. 1–17.
- Dewi, W.C., Siregar, M.Y. and Tarigan, E.D.S. (2020) 'Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018', *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 1(2), pp. 106–111. Available at: <https://doi.org/10.31289/jimbi.v1i2.406>.
- Hidayat, M. (2018) 'Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan Dan Uku-Ran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Periode 2014-2016', *Measurement : Jurnal Akuntansi*, 12(2), p. 206. Available at: <https://doi.org/10.33373/mja.v12i2.1745>.
- Kartika, S.I. (2021) 'Pengaruh Perencanaan Pajak dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI', *Proceding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), pp. 907–915.
- Mahanani, H.T. and Kartika, A. (2022) 'Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), pp. 360–372. Available at: <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280>.
- Paradila, V.R.I., Wijaya, A.L. and Widiasmara, A. (2019) 'Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Size Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur sektor Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 - 2017)', *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, pp. 617–635.
- Romadhina, A.P. and Andhityara, R. (2021) 'PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018) Anggun', *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 5(2), pp. 523–531. Available at: <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i2>.
- Santoso, B.A. and Budiarti, A. (2020) 'Profitabilitas Sebagai Mediasi Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan', *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), pp. 45–57. Available at: <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.158>.