

**PENGARUH MANAJEMEN PAJAK, BEBAN PAJAK
TANGGUHAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN YANG TERCATAT
DALAM JAKARTA ISLAMIC
INDEX 70**

SKRIPSI

**OLEH:
MIA ARMILA
17.833.0098**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/11/22

Access From (repository.uma.ac.id)28/11/22

**PENGARUH MANAJEMEN PAJAK, BEBAN PAJAK
TANGGUHAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN YANG TERCATAT
DALAM JAKARTA ISLAMIC
INDEX 70**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

**OLEH:
MIA ARMILA
17.833.0098**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/11/22

Access From (repository.uma.ac.id)28/11/22

**PENGARUH MANAJEMEN PAJAK, BEBAN PAJAK
TANGGUHAN, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN YANG TERCATAT
DALAM JAKARTA ISLAMIC
INDEX 70**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



**OLEH:
MIA ARMILA
17.833.0098**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 28/11/22

Access From (repository.uma.ac.id)28/11/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Manajemen Pajak, Beban Pajak Tangguhan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Jakarta Islamic Index 70

Nama : MIA ARMILA

NPM : 17.833.0098

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing



(Hasbiana Dalimunthe, SE, M.Ak)

Pembimbing

Mengetahui:



(Ahmad Rajki, BBA(Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)
Dekan



(Fauziah Rahman, S.Pd, M.Ak)
Ketua Prodi Akuntansi

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 02/September/2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 02 September 2022



MIA ARMILA
17.833.0098

HALAMAN PERNYATAAN ATAS PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MIA ARMILA

NPM : 178330098

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Jenisa Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non- Exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Manajemen Pajak, Beban Pajak Tangguhan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Jakarta Islamic Index 70.**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 02 September 2022

Yang Menyatakan,

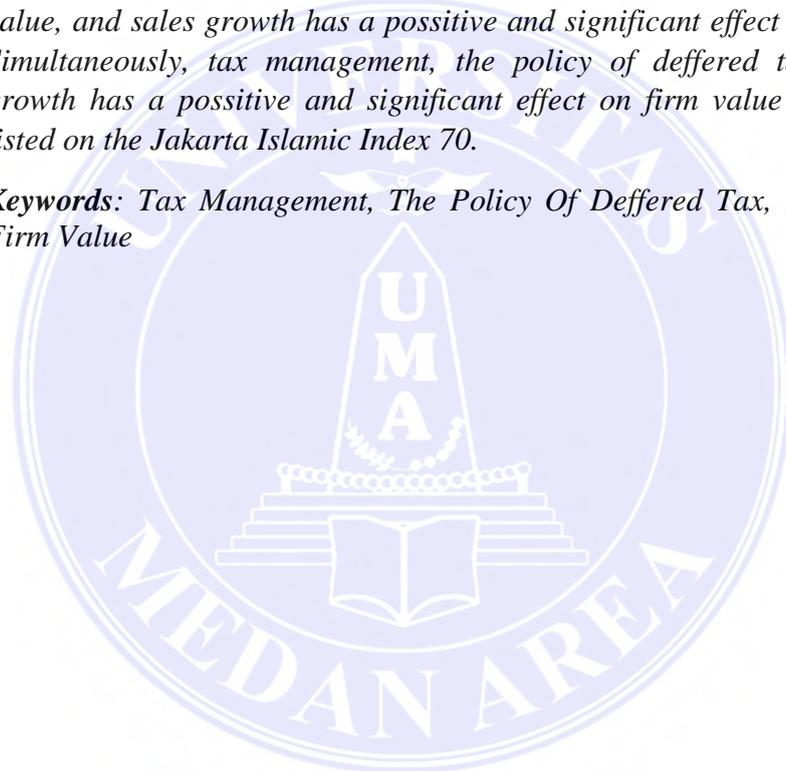


(MIA ARMILA)

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of tax management, the policy of deffered tax, sales growth on the value of the company. The population used in this study are companies listed on the Jakarta Islamic Index 70 for the period 2016 until 2019. The determination of the sample used in this study is purposive sampling, with a sample 28 companies. The type of data used in this research is quantitative data. The data analysis technique uses classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing using SPSS version 21,0 2021. The results of this study indicate that partially tax management has a possitive and significant effect on firm value, the policy of deffered tax has a possitive and significant effect on firm value, and sales growth has a possitive and significant effect on firm value. Simultaneously, tax management, the policy of deffered tax, and sales growth has a possitive and significant effect on firm value of companies listed on the Jakarta Islamic Index 70.

Keywords: *Tax Management, The Policy Of Deffered Tax, Sales Growth, Firm Value*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen pajak, kebijakan pajak tangguhan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70 periode 2016-2019. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *puposive sampling*, dengan sampel sebanyak 28 perusahaan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian menggunakan metode dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, regresi linear berganda dan dengan uji hipotesis menggunakan aplikasi SPSS versi 21,0 2021. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial manajemen pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, beban pajak tangguhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan manajemen pajak, beban pajak tangguhan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70 periode 2016-2019.

Kata Kunci: Manajemen Pajak, Beban Pajak Tangguhan, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Sei Karang pada tanggal 29 Mei 1999 dari bapak Suwarman dan ibu Rohayati. Penulis merupakan putri kedua dari dua bersaudara. Tahun 2017 Penulis lulus dari SMK Tamansiswa Lubuk Pakam 1 dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT Sang Pencipta Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah memberikan berkat dan karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Manajemen pajak, Beban Pajak Tangguhan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Jakarta Islamic Index 70”**. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu secara materi, ide dan tenaga dari awal penyusunan sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D,CIMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fauziah Rahman, S.Pd, M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Hasbiana Dalimunthe, SE, M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan, saran, dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Linda Lores Purba, SE, M.Si selaku Pembanding yang telah memberikan masukan, serta dukungan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

6. Ibu T. Alvi Syahri Mahzura, SE, M.Si selaku Sekretaris yang telah meluangkan waktunya memberikan saran untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan para Staff akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah mengajar dan membantu peneliti sehingga dapat menyelesaikan perkuliahannya.
8. Teristimewah kepada kedua Orang Tua peneliti Bapak Suwarman dan Ibu Rohayati yang telah membesarkan, mendidik, mendoakan serta mendukung peneliti baik dalam moral maupun materil sehingga peneliti semangat dalam menjalankan perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini dengan baik.
9. Temen-temen seperjuangan kelas Akuntansi B2 Stambuk 2017 terkhususnya kepada Hanifah, S.Ak, Putri Manusari, S.Ak, Khiara Fahira, S.Ak, Nur Utami Sahrah S. Ak, dan Mitha Ramadhani Br. Barus, S.Ak yang telah ikut membantu serta memberikan semangat kepada peneliti.
10. Sahabat-sahabat saya Luthfi Muharisi, Lydia Permata Sari, S.Ak Syahdilla Adelia, S.Pd dan Maysarah Anggraini, Amd. Kom yang telah memberi motivasi dan semangat kepada peneliti hingga skripsi ini selesai.
11. Serta seseorang yang saya sayangi M. Fadil Fadlulah yang sudah memberi *support*, semangat dan merangkul peneliti hingga skripsi ini selesai.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Medan, 02 September 2022

MIA ARMILA
178330098



DAFTAR ISI

ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Signaling Theory</i>	9
2.1.2 Nilai Perusahaan.....	11
2.1.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan.....	11
2.1.2.2 Jenis-Jenis Nilai Perusahaan.....	12
2.1.2.3 Indikator Nilai Perusahaan.....	13
2.1.3 Manajemen Pajak.....	13
2.1.3.1 Pengertian Manajemen Pajak.....	13
2.1.3.2 Indikator Manajemen Pajak.....	14
2.1.4 Beban Pajak Tangguhan.....	15
2.1.4.1 Pengertian Beban Pajak Tangguhan.....	15
2.1.4.2 Indikator Beban Pajak Tangguhan.....	16
2.1.5 Pertumbuhan Penjualan.....	17
2.1.5.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan.....	17
2.1.5.2 Jenis-Jenis Pertumbuhan Penjualan.....	18
2.1.5.3 Indikator Pertumbuhan Penjualan.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis, Lokasi, Dan Waktu Penelitian.....	26
3.1.1 Jenis Penelitian.....	26
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	26
3.1.3 Waktu Penelitian.....	26
3.2 Poulasi Dan Sampel Penelitian.....	27
3.2.1 Populasi Penelitian.....	27
3.2.2 Sampel Peneltian.....	28
3.3 Defenisi Operasional Variabel.....	29

3.3.1 Variabel Independen.....	30
3.3.2 Variabel Dependen.....	31
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	33
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.6.4 Uji Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.1.1 Sejarah Jakarta Islamic Index 70.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Uji Statistik Deskriptif.....	43
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.3 Uji Analisis Linear Berganda.....	50
4.2.4 Uji Hipotesis.....	51
4.3 Pembahasan Penelitian.....	54
4.3.1 Pengaruh Manajemen Pajak (X1) Terhadap Nilai Perusahaan.....	54
4.3.2 Pengaruh Beban Pajak Tangguhan (X2) Terhadap Nilai Perusahaan.....	55
4.3.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (X3) Terhadap Nilai Perusahaan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian.....	26
Tabel 3.2 Populasi Penelitian.....	27
Tabel 3.3 Sampel Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Data Tabulasi Penelitian.....	39
Tabel 4.2 Uji Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.3 Uji Normalitas Dengan <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	49
Tabel 4.4 Uji Multikolonieritas.....	50
Tabel 4.5 Uji Auto Kolerasi.....	53
Tabel 4.6 Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4.7 Uji t (Uji Parsial).....	52
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Simultan (Uji F).....	53
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2).....	54

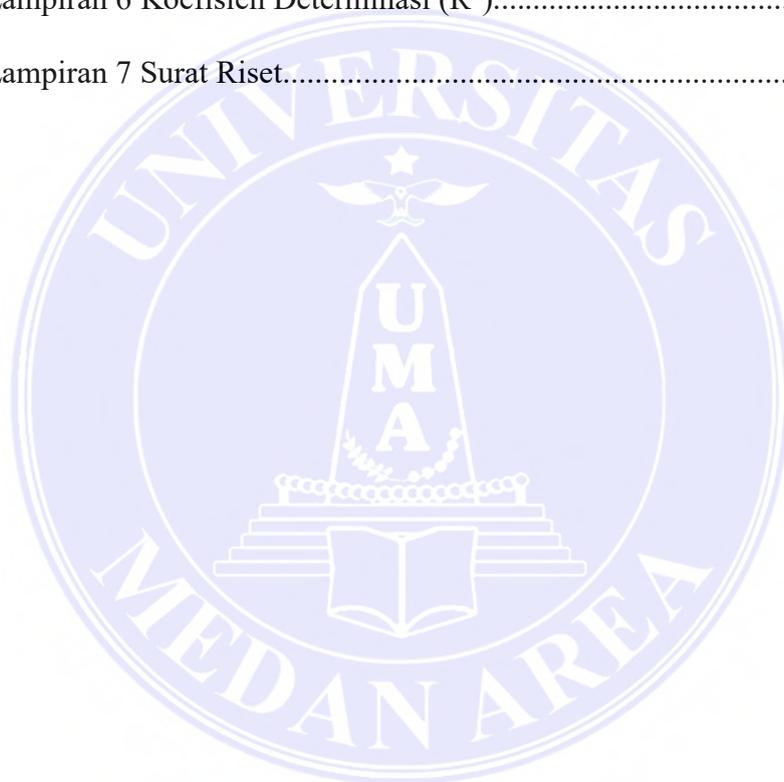
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4.1 Histogram.....	44
Gambar 4.2 Normalitas P-Plot.....	45
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Variabel Penelitian Tahun 2016-2019.....	64
Lampiran 2 Statistik Deskripsi.....	68
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik.....	68
Lampiran 4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Lampiran 5 Uji Hipoteis.....	72
Lampiran 6 Koefisien Determinasi (R^2).....	73
Lampiran 7 Surat Riset.....	74



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Sartono (2008) dalam Lestari dan R Sitorus (2017) menyatakan nilai perusahaan dapat menunjukkan gambaran kepada para investor. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor apabila suatu perusahaan akan dijual. Harga saham perusahaan pasti meningkat dan nilai perusahaan pasti naik jika banyak investor yang membeli saham perusahaan tersebut. Menurut Fernandar dan Surya (2012) dalam Lestari dan R Sitorus (2017) dengan semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin sejahtera para shareholdersnya. Dalam menentukan nilai perusahaan digunakan rasio *Price To Book Value* (PBV). Kusumajaya (2011) dalam Lestari dan Sitorus (2017) mengungkapkan PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai buku tersebut. Jika nilai Price Book Value perusahaan >1 maka harga saham perusahaan tersebut di nilai lebih tinggi dari nilai bukunya yang menunjukkan bahwa dimata investor perusahaan semakin terlihat baik. Dan para investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang stabil.

Menurut Riyanto (2011:299) dalam Hidayat (2018) perusahaan yang besar dan sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal tersebut memberikan pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan

hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Adapun fenomena yang terkait nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70, nilai perusahaan salah satunya yang terjadi pada tahun 2021 berdasarkan money.kompas.com Direktur Anugerah Mega Investana mengungkapkan ada kecendrungan keuntungan setelah kenaikan harga saham apalagi pada Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) yang mengalami turun diakibatkan transaksi margin nasabah yang cukup banyak. Transaksi Margin merupakan fasilitas yang memungkinkan nasabah bisa membeli saham berkali-kali dari jumlah dana yang dimiliki.

Selain itu, ada fenomena lain yang berkaitan dengan nilai perusahaan yaitu naiknya harga saham PT. Bank Central Asia pada tahun 2019 sebanyak Rp27 Triliun yang telah melampaui perkiraan. Pendapatan itu lebih tinggi 14% dari target CGS-CMB Sekuritas dan lebih tinggi dari 8% consensus analis. Realisasi kinerja keuangan BBKA sepanjang 2020 jauh diatas ekspektasi oleh sejumlah analis. Bahkan penurunan laba bersih perseroan paling rendah dibanding bank-bank lainnya yang ada di Indonesia.

Naik turunnya nilai perusahaan ini didukung dengan naik turunnya harga saham yang terjadi pada sektor perbankan. Atas dasar fenomena tersebut maka perusahaan harus selalu tanggap dan siap menghadapi kenyataan, tetapi yang paling penting yaitu bagaimana manajemen perusahaan tersebut dapat menjalani situasi seperti itu dan dapat

mengatasinya, sehingga berujung kepercayaan para pemegang saham supaya keberlangsungan perusahaan tetap terjaga.

Dengan begitu, harga saham suatu perusahaan dapat menunjukkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham mempunyai hubungan yang positif dengan suatu nilai perusahaan tersebut. Jika suatu perusahaan menawarkan sahamnya ke publik maka nilai dapat diartikan persepsi seorang investor terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan akan terdampak dalam harga saham tentunya berdasarkan indeks dari harga saham, tingkat bunga, dan kondisi fundamental perusahaan. Faktor fundamental berkaitan dengan kondisi perusahaan seperti kondisi keuangan perusahaan tersebut yang menunjukkan melalui kinerja keuangan perusahaan. Jogiyanto (2016:188) dalam Suwardika dan Mustanda (2017) mengungkapkan jika perusahaan ingin melakukan analisis fundamental diperlukannya data fundamental perusahaan yang berasal dari laporan keuangan perusahaan seperti penjualan, dividen yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya. Perusahaan yang terbuka bisa dinyatakan perusahaan besar atau perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang semakin baik, jadi pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Para investor pasti akan lebih tertarik dengan perusahaan yang besar dibandingkan perusahaan yang kecil.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu salah satunya manajemen pajak. Suandy (2008) dalam Darmadi (2013) menyatakan manajemen pajak merupakan suatu cara untuk menjalankan kewajiban pajak yang sesuai dengan undang-undang

yang berlaku, tetapi beban pajak terutang juga bisa meminimalisir sekecil mungkin untuk mendapatkan keuntungan dan juga likuiditas yang dicapai. Perencanaan pajak merupakan awal mula dari manajemen pajak, yang mana hal ini juga terdapat dalam bagian yang tidak dapat dibagi dari manajemen strategi perusahaan secara penuh. Oleh karena itu, perencanaan pajak bisa menentukan kesuksesan perusahaan yang dirancang oleh manajemen strategi. Disisi lain, perusahaan yang membuat perencanaan pajak dapat meingkatkan nilai perusahaan. Karena dengan membuat perencanaan pajak, suatu perusahaan bisa lebih efisien untuk membayar pajak dan juga bisa terlihat baik dalam kewajiban pajaknya. Winanto dan Widayat (2013) dalam Pradnyana dan Noviari (2017) menyampaikan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Karena adanya biaya yang bisa saja timbul dari aktivitas perencanaan pajak seperti *agency cost*. Menurut Perdana (2015) dalam Pradnyana dan Noviari (2017) *agency cost* muncul karena adanya kepentingan pribadi dari manajemen yang dapat mengurangi nilai perusahaan. Jadi, suatu perusahaan yang membuat perencanaan pajak memiliki tujuan yaitu untuk mengefisienkan pembayaran pajak, secara biaya pajak bisa diakumulasikan oleh perusahaan tersebut.

Selain manajemen pajak, faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu beban pajak tangguhan. Beban pajak tangguhan merupakan beban pajak perusahaan yang terjadi akibat perbedaan temporer antara laba akuntansi dengan laba fiskal suatu perusahaan. Meningkatnya beban pajak tangguhan suatu perusahaan kurang efisien

dalam meningkatkan praktik manajemen laba dalam nilai perusahaan karena terdapat peraturan beban pajak tangguhan yang diatur sesuai dengan peraturan perpajakan yang dibatasi nilai perusahaan untuk memilih kebijakan dalam menyusun laporan keuangan perusahaan. Karena suatu perusahaan bisa membayar pajak lebih kecil, akan tetapi hutang pajak pada suatu perusahaan potensinya lebih besar dimasa yang akan datang. Bisa juga sebaliknya suatu perusahaan saat ini bisa membayar hutang pajak yang lebih besar dan di masa yang akan datang membayar hutang pajak perusahaan lebih kecil. Jika perusahaan membayar pajak maka berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan para investor akan melihat bagaimana perkembangan suatu perusahaan tersebut. Yulianti (2014) dalam Tundjung (2015) menyatakan bahwa menggunakan beban pajak tangguhan untuk mendeteksi bagaimana manajemen laba dan terbukti untuk menghindari kerugian pada suatu perusahaan dan melihat bagaimana naik turunnya nilai perusahaan.

Serta faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu beban pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan merupakan suatu rasio yang bisa memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Kusumajaya (2011) dalam Suwardika dan Mustanda (2017) berpendapat bahwa pertumbuhan (*growth*) adalah peningkatan ataupun penurunan dari total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Hermuningsih (2013) dalam Suwardika dan Mustanda (2017) pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan positif

terhadap nilai perusahaan yang berarti makin cepat pertumbuhan suatu perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi pula. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dengan bertambahnya volume penjualan. Dengan meningkatnya volume penjualan, perusahaan bisa meningkatkan perolehan pendapatan dan laba perusahaan serta perusahaan bisa menutup biaya operasional perusahaan yang dikeluarkan. Berkembangnya pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan untuk mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan dimasa yang akan datang.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melihat apakah adanya pengaruh terhadap manajemen pajak, kebijakan pajak tangguhan, dan pertumbuhan penjualan dalam penelitian yang berjudul **“Pengaruh Manajemen Pajak, Kebijakan Pajak Tangguhan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Dalam Jakarta Islamic Index 70”**.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah manajemen pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70?
2. Apakah kebijakan pajak tangguhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70?

4. Apakah manajemen pajak, kebijakan pajak tangguhan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui manajemen pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70.
2. Untuk mengetahui kebijakan pajak tangguhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70.
3. Untuk mengetahui pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70.
4. Untuk mengetahui manajemen pajak, kebijakan pajak tangguhan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dalam penelitian ini akan memberikan manfaat kepada berbagai pihak:

1. Bagi peneliti

Sebagai salah satu upaya untuk memberikan manfaat, menambah wawasan dan pengetahuan dalam menulis

penelitian serta memperdalam pengetahuan kepenulisan sebuah karya ilmiah dalam penelitian ini.

2. Bagi investor

Penelitian ini dapat diharapkan memberikan suatu manfaat dan masukan kepada calon investor yang hendak menanamkan saham ke perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat dan bantuan bagi para pemegang yang berkepentingan diperusahaan untuk dijadikan masukan, serta pedoman dalam mengambil keputusan atas kebijakan akuntansi yang diperlukan.

4. Bagi pemegang saham

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat kepada para pemegang saham perusahaan yang dijadikan sampel dalam mengambil keputusan terkait saham yang sudah dikontribusikan kepada perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Signaling Theory*

Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan salah satu teori pilar dalam memahami manajemen keuangan. Secara umum, sinyal dapat diartikan sebagai syarat yang dilakukan oleh perusahaan kepada investor. Sinyal tersebut bisa berwujud dalam berbagai bentuk, baik yang langsung dapat maupun yang harus ditelaah lebih mendalam untuk dapat mengetahuinya. Sinyal yang disampaikan melalui aksi korporasi dapat berupa sinyal positif dan sinyal negatif.

Dalam perumusan teori sinyal, Spence (1973) dalam Hidayat (2018) membahas tentang sinyal dan apa yang disampaikan sinyal tersebut dalam pasar kerja yang dihubungkan dengan indikator ekonomi sebagai model dari signaling. Penelitian Spence mengenai sinyal tersebut dalam pasar kerja dihubungkan dengan indikator ekonomi sebagai model dari fungsi signaling. Penelitian Spence mengenai potensi manajer yang kekurangan informasi tentang kualitas dari investor. Hal ini diduga merupakan sinyal yang dapat diandalkan oleh investor, karena investor berkualitas rendah tidak akan mampu bersaing dengan investor yang pintar.

Hasnawati (2005) dalam Dewi dan Sujana (2019) mengungkapkan bahwa teori sinyal menjelaskan tentang bagaimana hubungan antara pengeluaran investasi dan juga nilai perusahaan, dimana pengeluaran

investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga sebagai indikator nilai perusahaan. Teori sinyal juga menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan suatu informasi seperti laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan tersebut memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari perusahaan lain.

Dengan mengurangi asimetri informasi, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu cara mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang. Dengan adanya teori tersebut, pihak manajemen perusahaan akan menyampaikan informasi tersebut kepada investor, sehingga bisa memberikan informasi mengenai keadaan suatu prospek perusahaan. Dari informasi yang diterima investor, maka investor bisa menentukan mana perusahaan yang mempunyai nilai bermutu tinggi dan yang mana akan memberikan keuntungan bagi para investor. Investasi yang dikeluarkan perusahaan diharapkan menjadi sinyal positif terhadap tingkat perkembangan perusahaan pada masa depan, yang mana hal tersebut juga mampu menaikkan nilai perusahaan yang direfleksikan dari harga saham perusahaan (Jama'an, 2008).

2.1.2 Nilai Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga akan tinggi. Menurut Wijaya dan Sedana (2015) dalam Hidayat (2018) nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa depan. Harga saham suatu perusahaan dapat menggambarkan nilai suatu perusahaan, karena harga saham memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Husnan (2014:7) menyebutkan bahwa nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual.

Jika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu. Dengan menggunakan nilai perusahaan, para investor bisa melihat bagaimana kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Wijaya dan Panji (2015) mengungkapkan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat.

2.1.2.2 Jenis-jenis Nilai Perusahaan

Beberapa variabel kuantitatif yang sering digunakan untuk memperkirakan nilai perusahaan menurut Keown dan John (2011 : 240) adalah sebagai berikut.

1. Nilai buku

Nilai buku (book value) merupakan nilai dari aset yang ditunjukkan pada laporan neraca perusahaan. Nilai ini menggambarkan biaya historis aset adanya nilai saat ini. Sebagai contoh, nilai buku saham preferen suatu perusahaan adalah jumlah yang dibayarkan oleh investor yang awalnya untuk membayar saham tersebut dan jumlah yang diterima oleh perusahaan ketika saham diterbitkan.

2. Nilai likuiditas

Nilai likuiditas merupakan aset yang dapat direalisasikan jika aset dijual secara individual dan bukan sebagai bagian dari keseluruhan perusahaan. Contohnya, jika operasional perusahaan dihentikan dan asetnya dibagi erta dijual, maka harga jual tersebut merupakan nilai likuidasi aset.

3. Nilai harga pasar

Nilai harga pasar dari suatu aset adalah nilai yang teramati untuk aktiva yang ada dipasaran. Nilai ini dapat ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan yang bekerja sama di pasaran, dimana pembeli dan penjual menegosiasikan harga yang diterima untuk aktiva tersebut.

2.1.2.3 Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan juga tidak hanya digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, dalam penelitian ini untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, Menurut Sudana (2011:23) sebagaimana dalam penelitian Hidayat (2018) *Price to Book Value* (PBV) menggunakan rumus yaitu sebagai berikut.

$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku perlembar saham}}$$

2.1.3 Manajemen Pajak

2.1.3.1 Pengertian Manajemen Pajak

Manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat ditekan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan (Sopnar Lumbantoruan, 1996). Manajemen pajak merupakan hal yang biasa dilakukan oleh perusahaan, tindakan ini dilakukan perusahaan dengan tujuan untuk mengurangi biaya kena pajak yang didapat oleh perusahaan. Secara garis besar, manajemen merupakan suatu proses yang meliputi perencanaan, implementasi dan pengendalian yang dilakukan oleh wajib pajak dalam mengolah pajaknya dengan tujuan untuk melakukan hak dan kewajiban dibidang perpajakan dengan efektif dan efisien sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

Menurut Hutagaol (2006:209), manajemen perpajakan yang baik harus memenuhi kriteria sebagai berikut: (a) manajemen didesain sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku; (b) komitmen dari seluruh lapisan manajemen dan; (c) menyelenggarakan administrasi dan pembukuan yang memenuhi persyaratan fiskal sebagaimana diatur dalam pasal 28 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Dengan demikian manajemen pajak merupakan upaya yang ditempuh Wajib Pajak dalam mengefisienkan beban pajak dengan cara tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Manajemen pajak ini dibangun dengan melakukan perencanaan pajak, melaksanakan kewajiban perpajakan dengan baik dan benar serta melakukan pengendalian pajak.

2.1.3.2 Indikator Manajemen Pajak

Perusahaan menganggap pajak sebagai biaya karena dengan membayar pajak berarti mengurangi jumlah laba bersih yang akan diterima. Oleh karena itu, perusahaan diduga akan melakukan tindakan pajak secara agresif yang dapat mengurangi nilai pajak tersebut. Manajemen pajak dapat diukur dengan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR) seperti dalam penelitian Adisamaratha dan Noviari, 2015. Rumusnya yaitu sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

2.1.4 Beban Pajak Tangguhan

2.1.4.1 Pengertian Beban Pajak Tangguhan

Beban pajak tangguhan diartikan sebagai beban yang timbul akibat perbedaan temporer antara laba akuntansi dengan laba fiskal (Yulianti, 2004). Beda temporer yang dimaksud adalah perbedaan yang disebabkan adanya perbedaan antara laba akuntansi dan perpajakan (Suandy, 2008). Bisa dikatakan, beban pajak tangguhan timbul dari terjadinya proses koreksi fiskal, dimana terjadi koreksi negatif, yaitu nilai penghasilan berdasarkan akuntansi lebih tinggi dari pada nilai penghasilan berdasarkan pajak, dan juga nilai biaya berdasarkan akuntansi lebih kecil dari nilai biaya berdasarkan pajak.

Pajak tangguhan diatur dalam PSAK Nomor 46 tentang Akuntansi Pajak Penghasilan. Pajak tangguhan memerlukan bagian yang cukup sulit untuk dipahami, karena pengukuran pajak tangguhan bisa membawa akibat terhadap berkurangnya laba bersih jika ada pengakuan beban pajak tangguhan. Sebaliknya, bisa juga berdampak terhadap berkurangnya rugi bersih jika ada pengakuan manfaat pajak tangguhan. Apabila masa mendatang akan terjadi pembayaran pajak yang lebih besar maka berdasarkan standar akuntansi yang berlaku umum harus diakui sebagai surat kewajiban.

Seperti yang diketahui kewajiban dapat mengakibatkan penurunan ekonomi di masa mendatang yang akan muncul dari kewajiban masa kini, suatu perusahaan untuk menyerahkan aset kepada perusahaan lainnya akibat kejadian masa lalu. Sebagai contoh, perusahaan menggunakan

metode penyusutan yang berbeda antara akuntansi dan fiskal. Jika beban penyusutan aset tetap yang diakui secara fiskal lebih besar daripada beban penyusutan aset tetap yang diakui secara komersial, selisih tersebut akan mengakibatkan beban pajak kini menjadi lebih kecil, tetapi akan mengakibatkan pengakuan beban pajak yang lebih secara komersial pada masa yang akan datang. Dengan demikian, selisih tersebut akan menghasilkan kewajiban pajak tangguhan. Pengakuan kewajiban pajak tangguhan didasarkan oleh fakta adanya kemungkinan pelunasan kewajiban yang mengakibatkan pembayaran pajak.

Kewajiban pajak tangguhan ini apabila rekonsiliasi fiskal berupa koreksi negatif, dimana pendapatan menurut akuntansi komersial lebih besar daripada akuntansi fiskal dan pengeluaran menurut akuntansi komersial lebih kecil daripada akuntansi fiskal (Agoes dan Trisnawati,2007)

2.1.4.2 Indikator Beban Pajak Tangguhan

Dalam penelitian ini dinyatakan dengan Besaran Beban Pajak Tangguhan. Philips et al. (2003) sebagaimana dalam penelitian yang juga dilakukan oleh Lestari dan R Sitorus (2017) menyatakan rumusan besaran beban pajak tangguhan adalah sebagai berikut.

$$BBPT_{it} = \frac{DTEit}{TAit-1}$$

Keterangan rumus diatas adalah sebagai berikut:

BBPT_{it} = Besaran Beban Pajak Tangguhan perusahaan i pada thn sekarang

DTE_{it} = Beban pajak tangguhan perusahaan i pada tahun sekarang

TA_{it-1} = Total aset perusahaan i pada tahun sebelumnya

2.1.5 Pertumbuhan Penjualan

2.1.5.1 Pengertian Pertumbuhan Penjualan

Perusahaan terbuka dapat dibagi menjadi perusahaan besar atau perusahaan yang memiliki perkembangan yang semakin baik, sehingga pertumbuhan penjualan akan berdampak pada nilai perusahaan tersebut. Para investor perusahaan akan lebih menginginkan dengan perusahaan yang besar dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil.

Pertumbuhan merupakan dampak arus kas dana dari operasional yang berubah disebabkan oleh pertumbuhan atau penurunan volume usaha (Helfert, 1977:33). Pertumbuhan perusahaan adalah suatu rasio yang menunjukkan bagaimana suatu perusahaan dapat menjaga posisi ekonomi di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. Perusahaan sangat diharapkan oleh semua pihak di dalam maupun di luar perusahaan, karena pertumbuhan yang baik menandai perkembangan perusahaan. Dari penglihatan para investor, pertumbuhan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan bisa mempunyai efek yang menguntungkan, dan investor mengharapkan pengembalian investasi yang dicapai menunjukkan perkembangan yang baik.

Menurut *Kasmir* (2012:107) adalah Rasio pertumbuhan (Growth Ratio) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya. *Kusumajaya* (2011) berpendapat pertumbuhan (*growth*) adalah peningkatan ataupun penurunan dari total

aset yang dimiliki suatu perusahaan. Aset perusahaan merupakan aset yang digunakan dalam kegiatan bisnis perusahaan yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja operasinya perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pihak luar seperti para investor. Pertumbuhan perusahaan bisa memberikan dampak positif yang diharapkan oleh orang dalam perusahaan maupun luar perusahaan tersebut. Hermuningsih (2013) juga mengungkapkan pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan yang berarti semakin cepat pertumbuhan suatu perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi pula.

2.1.5.2 Jenis-jenis Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kasmir (2012:107) rasio pertumbuhan ini ada beberapa jenis yaitu sebagai berikut.

1. Pertumbuhan penjualan.

Pertumbuhan penjualan memperlihatkan sejauh mana perusahaan bisa meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan seluruh jumlah penjualan secara keseluruhan.

2. Pertumbuhan laba bersih.

Pertumbuhan laba bersih menunjukkan bagaimana perusahaan bisa mengangkat kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan bersih dibandingkan dengan seluruh jumlah keuntungan secara keseluruhan.

3. Pertumbuhan pendapatan per saham.

Pertumbuhan pendapatan persaham menunjukkan sejauh mana perusahaan bisa meningkatkan kemampuan untuk memperoleh pendapatan atau laba perlembar saham dibandingkan dengan jumlah seluruh laba persaham secara menyeluruh.

4. Pertumbuhan dividen per saham.

Pertumbuhan dividen persaham juga menunjukkan bagaimana perusahaan dapat meingkatkan kemampuannya untuk memperoleh dividen saham dibandingkan dengan jumlah seluruh dividen persaham secara menyeluruh.

2.1.5.3 Indikator Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan suatu indikator yang penting dari penerimaan pasar produk atau jasa suatu perusahaan, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan (Meidiyustiani, 2016). Menurut Munawir (2002:43) dalam penelitian yang juga dilakukan oleh Meidiyustiani (2016) pertumbuhan penjualan menggunakan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan rumus diatas adalah sebagai berikut:

Pertumbuhan penjualan t = pertumbuhan penjualan tahun sekarang

Pertumbuhan penjualan (t-1) = pertumbuhan penjualan tahun sebelumnya

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah tabel penelitian terdahulu mengenai Pengaruh Manajemen Pajak, Kebijakan Pajak Tangguhan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

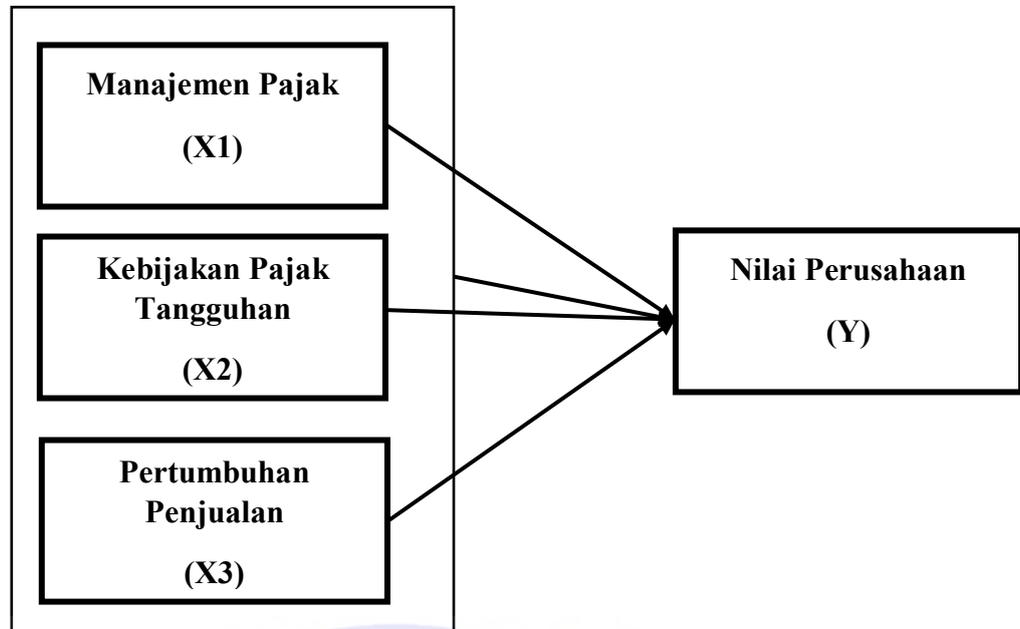
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Naniek Lestari (2014)	Pengaruh <i>Tax Planning</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen: <i>Tax Planning</i> Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>tax planning</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
2	Citra Ayuning Sari Yuono dan Dwi Widyati (2016)	Pengaruh Perencanaan Pajak dan <i>Corporate Governance</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Perencanaan Pajak, <i>Corporate Governance</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaanaan	Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Hetty Herawati dan Diah Ekawati (2016)	Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Perencanaan Pajak Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Eva Yuniana Putri (2019)	Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen: Perencanaan Pajak, Struktur Modal Variabel	Hail penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan

		(Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Barang Konsumsi Periode 2015-2019)	dependen: Nilai Perusahaan	struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Ida Ayu Puspita Trisna Dewi dan I Ketut Sujana (2019)	Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Independen: Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan risiko bisnis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lain dari masalah yang akan diteliti. Kerangka konsep penelitian ini yaitu keterkaitannya antara pengaruh manajemen pajak terhadap nilai perusahaan, kebijakan pajak tangguhan terhadap nilai perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Maka dari itu kerangka konseptual dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah atau pertanyaan penelitian. Menurut La Blondo Wood dan Haber (1994) hipotesis adalah suatu pernyataan asumsi tentang hubungan antara dua atau lebih variabel yang diharapkan bisa menjawab suatu pertanyaan dalam penelitian. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Manajemen Pajak (X1) Terhadap Nilai Perusahaan.

Manajemen pajak merupakan upaya Wajib Pajak untuk mengurangi pajak terutang melalui skema yang sudah jelas diatur dalam peraturan perundang-undangan perpajakan dan sifatnya tidak menimbulkan masalah antara Wajib Pajak dan otoritas pajak (Yuono dan Widyati, 2016). Dengan begitu beban pajak yang dikeluarkan perusahaan akan semakin rendah, dengan rendahnya beban pajak yang dikeluarkan maka laba yang diperoleh perusahaan akan semakin meningkat, pada

akhirnya harga saham akan semakin meningkat, dimana dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan akan semakin baik sehingga minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut akan semakin tinggi.

Menurut hasil penelitian dari Putri (2019) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Herawati dan Ekawati (2016) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Lestari (2014) juga menyatakan bahwa perencanaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, manajemen pajak akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan jika kegiatan perencanaan pajak dapat meminimalkan biaya pajak yang dibayarkan kepada pemerintah sehingga akan meningkatkan tingkat nilai perusahaan dengan asumsi laba lebih besar daripada biaya costnya (Putri, 2019). Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: Manajemen pajak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Kebijakan Pajak Tangguhan (X2) Terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian dari Lestari dan R Sitorus (2017) menyatakan bahwa kebijakan pajak tangguhan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, beban pajak tangguhan memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan celah dalam memanipulasi laporan keuangannya. Maka perusahaan dapat membayar

pajak lebih kecil saat ini, akan tetapi potensi hutang pajak pada perusahaan tersebut akan berdampak besar di masa yang akan datang. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H2: Kebijakan pajak tangguhan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan (X3) Terhadap Nilai Perusahaan.

Pertumbuhan penjualan merupakan alat ukur bagaimana perkembangan atau pertumbuhan perusahaan dalam masa tertentu yang dapat menunjukkan kinerja perusahaan pada titik optimal yang berdampak dengan meningkatnya nilai perusahaan (Ismawati dan Widjajanti, 2019).

Menurut hasil penelitian dari Suwardika dan Mustanda (2017) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Diantari dan Surayanawa (2019) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Enderwati dan Hermuningsih (2019) juga menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari uraian diatas, pertumbuhan penjualan berdampak dari perubahan seluruh jumlah aset perusahaan, karena perubahan aset perusahaan seperti peningkatan ataupun penurunan bisa memperlihatkan bahwa suatu perusahaan berkembang atau tidak. Pertumbuhan penjualan yang naik dapat menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih banyak oleh investasi yang dilakukan para investor, sehingga hal tersebut dapat

meingkatkan harga saham ataupun mencerminkan nilai perusahaan yang meningkat (Suwardika dan Mustanda, 2017). Maka hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah :

H3: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang tercatat dalam Jakarta Islamic Index 70. Untuk pengambilan data tersebut, peneliti dapat mengunjungi situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

3.1.3 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Rencana Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2020	2021						2022				
		Nov - Des	Jan - Feb	Mar - Apr	Mei - Jun	Jul - Agt	Sept - Okt	Nov - Des	Jan - Feb	Mar - Apr	Mei - Jun	Jul - Agt	Sept
1	Pengajuan Judul												
2	Penyelesaian Proposal												
3	Revisi Proposal												
4	Seminar Proposal												
5	Pembahasan Hasil												
6	Seminar Hasil												
7	Revisi Seminar Hasil												

3.2.2 Sampel Penelitian

Menurut Siyoto dan Sodif (2015:64) sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Pengambilan sampel dalam metode ini dengan menggunakan *purposive sampling*. Dengan metode ini, pengambilan sampel didasarkan pada kriteria tertentu. Penentuan kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang tercatat dalam Jakarta Islamic Index 70.
2. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangannya secara lengkap dan berturut-turut di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2019.
3. Laporan keuangan perusahaan disajikan dalam bentuk mata uang rupiah.
4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian untuk tahun 2016-2019.
5. Perusahaan yang memiliki informasi terkait variabel penelitian.

Sampel yang terpilih berjumlah 28 perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70 dengan periode tahun 2016-2019, maka sampel penelitian ini adalah $28 \times 4 = 112$ data sampel.

Tabel 3.3
Sampel Penelitian

NO	Kode Saham	Nama Emiten
1.	AA LI	Astra Agro Lestari Tbk
2.	ACE	Ace Hardware Indonesia Tbk
3.	AKRA	AKR Corporindo Tbk
4.	ANTM	Aneka Tambang Tbk
5.	ASII	Astra International Tbk
6.	ASRI	Alam Sutera Realty Tbk
7.	AUTO	Astra Otoparts Tbk
8.	BMTR	Global Mediacom Tbk
9.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
10.	ERAA	Erajaya Swasembada Tbk
11.	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk
12.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
13.	LINK	Link Net Tbk
14.	LPKR	Lippo Karawaci Tbk
15.	LPPF	Matahari Department Store Tbk
16.	MAPI	Mitra Adiperkasa Tbk
17.	MIKA	Mitra Keluarga Karya Sehat Tbk
18.	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk
19.	MPMX	Mitra Pinasthika Mustika Tbk
20.	MYOR	Mayora Indah Tbk
21.	PTBA	Bukit Asam Tbk
22.	PWON	Pakuwon Jati Tbk
23.	SCMA	Surya Citra Media Tbk
24.	SILO	Siloam International Hospitals Tbk
25.	SMGR	Semen Indonesia Tbk
26.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk
27.	UNTR	United Tractors Tbk
28.	WIKA	Wijaya Karya Tbk

Sumber: Data diolah Peneliti (2021)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Siyoto dan Solif (2015:50) variabel ialah suatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor

yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (variabel independent) dan variabel terikat (dependent).

3.3.1 Variabel Bebas (Variabel Independent)

Variabel bebas adalah variabel yang berpengaruh karena timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya yaitu Manajemen Pajak, Kebijakan Pajak Tangguhan, dan Pertumbuhan Penjualan.

3.3.1.1 Manajemen Pajak

Manajemen Pajak didefinisikan untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar tetapi jumlah pajak yang dibayar dapat diturunkan serendah mungkin untuk memperoleh laba dan likuiditas yang diharapkan perusahaan. Pada penelitian ini manajemen pajak dapat diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR) seperti dalam penelitian Adisamaratha dan Noviar, 2015. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{beban pajak penghasilan}}{\text{laba sebelum pajak}}$$

3.3.1.2 Beban Pajak Tangguhan

Beban pajak tangguhan diartikan sebagai beban yang timbul akibat perbedaan temporer antara laba akuntansi dengan laba fiskal (Yulianti, 2004). Philips et. Al. (2003) sebagaimana dalam penelitian yang juga dilakukan oleh Lestari dan Riris R Sitorus (2017) menyatakan bahwa rumus besaran Deffered Tax Expense (dalam penelitian ini dinyatakan dengan Besaran Beban Pajak Tangguhan) adalah sebagai berikut:

$$\text{BBPT}_{it} = \frac{\text{DTE}_{it}}{\text{TA}_{it-1}}$$

Keterangan rumus diatas adalah sebagai berikut:

BBPT_{it} = Besaran Beban Pajak Tangguhan perusahaan i pada thn sekarang

DTE_{it} = Beban pajak tangguhan perusahaan i pada tahun sekarang

TA_{it-1} = Total aset perusahaan i pada tahun sebelumnya

3.3.1.3 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan dapat didefnisikan sebagai kenaikan penjualan terhadap tahun sebelumnya. Menurut Munawir (2002:43) dalam penelitian yang juga dilakukan oleh Meidiyustiani (2016) pertumbuhan penjualan dapat diukur dengan:

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

Keterangan rumus diatas adalah sebagai berikut:

Pertumbuhan penjualan t = pertumbuhan penjualan tahun sekarang

Pertumbuhan penjualan (t-1) = pertumbuhan penjualan tahun sebelumnya.

3.3.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat adalah faktor yang dilihat dan diukur untuk menentukan ada tidaknya suatu hubungan atau pengaruh dari variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu Nilai Perusahaan.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan menurut Sudana (2011:23)

sebagaimana dalam penelitian Hidayat (2018) diproksikan dengan *Price Book Value (PBV)*, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku per-lembar saham}}$$

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Siyoto dan Sodik (2015:19) menjelaskan penelitian kuantitatif merupakan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang tercatat di BEI periode tahun 2016-2019, yang didokumentasikan dalam situs resmi BEI di serta dari sumber lain yang berasal dari jurnal-jurnal dan juga sumber-sumber lain yang diperlukan untuk penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, dimana pengumpulan data yang dilakukan melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang terkait dengan kebutuhan penelitian, yaitu dengan mengumpulkan, mencatat dan mengkaji data sekunder berupa laporan keuangan tahunan yang telah dipublikasikan oleh perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70 yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019.

Selain itu, pengumpulan data dengan metode observasi non partisipan, dimana peneliti tidak ikut terjun langsung dengan objek penelitian yang akan diteliti untuk memperoleh data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan program SPSS. Metode ini menggambarkan suatu hubungan dimana satu atau lebih variabel (variabel independen) mempengaruhi variabel lainnya (variabel dependen).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk mendeskripsikan suatu data menjadi lebih ringkas dan mudah dipahami yang dilihat dari nilai rata-rata, nilai minimal, nilai maksimal dan standar deviasi masing-masing variabel (Hidayat, 2018).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai apakah didalam sebuah model regresi linear terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji multikolinearitas, uji auto korelasi, uji heteroskedasitas, dan uji normalitas.

3.6.2.1 Uji Multikolinearitas

Kurniawan (2019:56) menyatakan uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Uji

multikolinearitas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam mengambil kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6.2.2 Uji Autokorelasi

Kurniawan 2019:65 menyatakan adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatanyang lain disusun menurut runtut waktu. Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu (e_i) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu (e_i) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (e_{t-1}).

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Kurniawan (2019:59) juga menyatakan uji heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat adanya ketidaksaman varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Deteksi heteroskedasitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan nilai SRESID (nilai residualnya).

3.6.2.4 Uji Normalitas

Kurniawan 2019:49 juga menyatakan uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal tau tidak. Jadi, uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, Skewness dan Kutosis tau uji Kolmogorov Smirnov.

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap variabel independen secara bersama-sama atau secara parsial. Analisis ini juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Hidayat, 2018). Analisis regresi linear berganda ini dilakukan dengan alat bantu statistik yaitu program IBM SPSS. Untuk menguji hipotesis yaitu sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

β_0	= Konstanta
β_1	= Koefisien regresi untuk X1
β_2	= Koefisien regresi untuk X2
β_3	= Koefisien regresi untuk X3
ε	= Standar error
Y	= Nilai perusahaan
X1	= Manajemen pajak
X2	= Kebijakan pajak tangguhan
X3	= Pertumbuhan penjualan

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel

dependen (Ghozali, 2018:101). Penentuan nilai t tabel menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n-1$, dimana n adalah jumlah sampel. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

a. Hipotesis positif

1) Jika $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$, atau $P\text{ value} > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 tidak dapat diterima. Artinya variabel independen secara individual tidak dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).

2) Jika $t\text{-hitung} > t\text{ tabel}$, atau $P\text{ value} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

b. Hipotesis negatif

1) Jika $t\text{ hitung} < -t\text{ table}$ atau $P\text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika $t\text{ hitung} > -t\text{ tabel}$ atau $P\text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_1 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.4.2 Uji F

Menurut Ghozali (2018:97), ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari goodness of fitnya. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas

yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresi menggunakan spss dengan significance level 0,05 ($\alpha = 5\%$), dan kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, atau $p\text{ value} < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga model regresi fit (hipotesis diterima).
2. Jika $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, atau $p\text{ value} > \alpha = 0,05$, maka H_0 tidak ditolak dan H_1 ditolak, sehingga model regresi tidak fit (hipotesis tidak diterima).

3.6.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Tingkat ketepatan regresi dinyatakan dalam koefisien determinasi majemuk (R^2) yang nilainya antara 0 sampai dengan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Jika dalam suatu model terdapat lebih dari dua variabel independen, maka lebih baik menggunakan nilai adjusted R^2 .

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen pajak secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70. Maksudnya yaitu, manajemen pajak dapat meminimalkan biaya pajak yang dibayarkan kepada pemerintah sehingga akan meningkatkan tingkat nilai perusahaan dengan asumsi laba lebih besar daripada biaya costnya.
2. Kebijakan pajak tangguhan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70. Maksudnya yaitu, perusahaan dapat membayar pajak lebih kecil saat ini, tapi sebenarnya memiliki potensi hutang pajak yang lebih besar dimasa yang akan datang. Jika dampak tersebut tidak tersaji dalam neraca dan laba rugi maka laporan keuangan tersebut dapat menyesatkan para investor atau pembaca laporan keuangan.
3. Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70. Maksudnya yaitu, jika

pertumbuhan penjualan yang tinggi akan berdampak baik bagi keuntungan perusahaan, maka akan membuat para investor akan tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut.

4. Manajemen pajak, kebijakan pajak tangguhan, dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Jakarta Islamic Index 70. Maksudnya yaitu manajemen pajak, kebijakan pajak tangguhan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan maka memiliki dampak langsung terhadap nilai laba per saham perusahaan, sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

5.2 Saran

Adapun saran yang peneliti sampaikan yaitu sebagai berikut:

1. Pada peneliti selanjutnya disarankan menambahkan tahun periode penelitian lebih dari 4 tahun agar dapat lebih mencerminkan kondisi perusahaan yang sesungguhnya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengubah salah satu variabel independen lainnya yang tujuannya untuk mengetahui variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, N. D. (2016). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Earning Power Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Peserta CGPI Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2013). *Skripsi(S1) Thesis, Fakultas Ekonomi Unpas.*, 92.
- Arviansyah, Y. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Kinerja Keuangan Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (Jii). *Skripsi*, 20-76.
- Darmadi, I. N. (2013). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Pajak Dengan Indikator Tarif Pajak Efektif. *Thesis (Undergraduate)*, 11.
- Diantari, K. I., & Surayanawa, I. K. (2019). Pengaruh Opini Auditor Dan Pertumbuhan Penjualan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(2), 1103-1131.
- Endarwati, R. D., & Hermuningsih, S. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2013-2017. *Segmen Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1).
- Fuziah, F. (2017). *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Ghozali, P. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25 (sembilan)*. Semarang: Badan Penerbit Univeritas Diponegoro.
- Hafiyani, F. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Undergraduate Thesis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.*, 15.
- Haryani, J., & Wiratmaja, I. N. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Komite Audit, Penerapan International Financial Reporting Standards Dan Kepemilikan Publik Pada Audit Delay. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 6.1 (2014):63-78*, 73.
- Heningtyas, O. S. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index(JII) periode 2010-2015. *Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 4.

- Herawati, H., & Ekawati, D. (2016). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4 (1), 2016, 873-884, 882.
- Hidayat, M. (2018). Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bei Periode 2014-2016. *Measurment*, Vol. 12 No. 2 : 206 - 215 Desember 2018 P-ISSN 2252-5394, 206-210.
- Ismawati, F. N., & Widjajanti, K. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institsional, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 12(1), 71-84., 71.
- Kurniawan, A. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Lestari, & Riris R Sitorus. (2017). Pengaruh Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Pajak Tangguhan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Return Saham Sebagai Variabel Moderating. *Media Akuntansi Perpajakan ISSN (P):P2355-9993 (E):2527-953X Vol. 2, No. 1 Januari-Juni 2017 : 53-66, 54-59*.
- Lestari, N. (2014). Pengaruh Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan. *AKUNTABILITAS*, 69.
- Meidiyustiani, R. (2016). Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* , 41-59.
- Munawir. (2002). *Analisis Laporan Keuangan Edisi Empat*. Yogyakarta: Liberty.
- Purnamasari, P. I., & Abudanti, N. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 3(5), 1427-1441.
- Putra Pradnyana, I. B., & Noviari, N. (2017). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.18.2. Februari (2017): 1398-1425, 1408-1421*.
- Rahayu , S. (2019). Pengaruh Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparasi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

(*Doctoral dissertation, Universitas Putra Indonesia" YPTK" Padang*), 5.

- Sandag, N. J. (2015). Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Assets dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 1.
- Saripudin, C. (2010). Analisis Pengaruh Variabilitas Harga Pokok Penjualan, Rasio Lancar, Financial Lverage, Variabilitas Persediaan, Ukuran Perusahaan, Intensitas Persediaan Terhadap Pemilihan Metode Akuntansi Persediaan. *Skripsi*, 6.
- Setiawan, M. J. (2008). Sekilas Manajemen Pajak. *Jurnal Administrasi Bisnis Volume 4, Nomor 2, Tahun 2008*, 178.
- Siyoto, S., & Sodif, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Suandy, E. (2008). *Perencanaan Pajak Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suandy, E. (2017). *Perencanaan Pajak Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Sumomba, C. R., & Hutomo, Y. S. (2014). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan Dan Perencanaan Pajak Terhadap. *Pengaruh Beban Pajak Tangguhan dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba*, 104.
- Suwardika, I. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 3, 2017: 1248-1277 ISSN : 2302-8912*, 1249-1254.
- Timuriana, T., & Muhammad, R. R. (2015). Pengaruh Aset Pajak Tangguhan Dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi) Volume 1 No. 2 Tahun 2015, Hal. 12-20*, 15.
- Trisna Dewi, I. A., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis terhadap. *ISSN: 2302-8556 E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.26.1.Januari (2019): 85-110*, 86-94.
- Tundjung, G. M. (2015). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*, 16-30.

www.idx.co.id

www.kontan.co.id/indeks-jii70

Otoritas Jasa Keuangan, 2019



Lampiran 1.**Tabulasi Data Variabel**

No	Kode	Tahun	ETR	BBPTit	Pertumbuhan Penjualan	PBV
1	AALI	2016	0.2543	0.1392	-0.7689	1835.1482
	AALI	2017	0.2560	1.6455	0.4880	1352.5549
	AALI	2018	0.2631	0.5782	-0.0099	1171.3461
	AALI	2019	0.4546	0.1514	-0.0480	1439.9328
2	ACE	2016	0.1906	0.0016	-0.7553	4.6971
	ACE	2017	0.1989	0.0009	0.1166	5.6427
	ACE	2018	0.1958	0.0003	0.2100	6.0332
	ACE	2019	0.1858	0.0011	0.1915	5.7297
3	AKRA	2016	0.1512	0.0003	-0.8193	1.5216
	AKRA	2017	0.1059	0.0006	0.2152	1.5154
	AKRA	2018	0.2038	0.0004	0.3438	0.8637
	AKRA	2019	0.2135	0.0006	-0.1365	0.8387
4	ANTM	2016	0.9159	0.0112	-0.7475	1.1683
	ANTM	2017	5.2363	0.0192	-0.1670	0.8123
	ANTM	2018	0.2191	0.0365	2.4719	0.9313
	ANTM	2019	0.3649	0.0089	0.0851	1.0139
5	ASII	2016	0.1890	0.2282	-0.7726	2.4048
	ASII	2017	0.1740	0.8440	0.1646	2.3036
	ASII	2018	0.2028	0.3002	0.1444	1.9097
	ASII	2019	0.1986	0.5338	0.0678	1.5527
6	ASRI	2016	0.0139	0.0006	-0.6972	962.2624
	ASRI	2017	0.0521	0.0003	-0.1673	949.5792
	ASRI	2018	0.0352	0.0002	0.4454	641.8582

	ASRI	2019	0.0943	0.0069	-0.3247	481.5495
7	AUTO	2016	0.2845	0.1967	-0.7336	937730.5805
	AUTO	2017	0.1327	2.0099	0.1117	930278.2932
	AUTO	2018	0.2396	2.5233	0.1056	629016.0778
	AUTO	2019	0.2077	0.1320	0.0274	523873.8271
8	BMTR	2016	0.2675	0.0655	-0.7644	0.6277
	BMTR	2017	0.3229	1.8739	-0.0333	0.6021
	BMTR	2018	0.3841	1.5939	0.0689	0.2402
	BMTR	2019	0.2157	0.8269	0.1297	0.3591
9	CPIN	2016	0.8219	0.0419	-0.7008	3.5791
	CPIN	2017	0.8284	0.2294	0.3336	3.1314
	CPIN	2018	0.7792	0.1238	-0.0132	6.1098
	CPIN	2019	0.8088	0.0115	0.2193	5.2757
10	ERAA	2016	0.3048	0.0005	-0.7576	0.5104
	ERAA	2017	0.2565	0.0007	0.0651	0.6129
	ERAA	2018	0.2321	0.0007	0.6028	1.3221
	ERAA	2019	0.2731	0.5081	-0.1396	0.2128
11	JPFA	2016	0.2860	0.1776	-0.7429	1.6517
	JPFA	2017	0.5066	0.1657	0.0296	1.6044
	JPFA	2018	0.2660	1.3543	0.1866	2.2395
	JPFA	2019	0.2920	1.1572	0.0895	1.5641
12	KLBF	2016	0.2343	0.0001	-0.7456	5.6977
	KLBF	2017	0.2342	0.0420	0.0766	5.7017
	KLBF	2018	0.2379	0.0420	0.0238	4.6585
	KLBF	2019	0.2403	0.0132	0.0699	4.7592
13	LINK	2016	0.2471	0.5867	-0.7372	3.9539
	LINK	2017	0.2472	1.0518	0.2006	3.6989
	LINK	2018	0.2482	0.3968	0.1206	3.1380
	LINK	2019	0.2485	0.7834	-0.0167	2.3821

14	LPKR	2016	0.0793	0.0137	-0.7076	0.5969
	LPKR	2017	0.1192	0.0181	-0.0248	0.2991
	LPKR	2018	0.3134	0.0245	-0.0146	0.1821
	LPKR	2019	0.3109	0.0166	0.1206	0.1825
15	LPPF	2016	0.2110	0.3216	-0.9246	23.7885
	LPPF	2017	0.2061	0.6281	-0.0052	12.5341
	LPPF	2018	0.2036	0.5026	0.0699	8.9988
	LPPF	2019	0.2161	0.6791	-0.0185	6.8982
16	MAPI	2016	0.4805	0.0018	-0.7754	2.7982
	MAPI	2017	0.3682	0.0025	0.1580	2.4260
	MAPI	2018	0.1294	0.0014	0.2010	2.2043
	MAPI	2019	0.2352	0.0016	0.0873	2.7273
17	MIKA	2016	0.1999	0.0009	-0.7080	10.2836
	MIKA	2017	0.1932	0.0015	0.0101	6.5344
	MIKA	2018	0.2019	0.0011	0.1003	5.1501
	MIKA	2019	0.2221	0.0012	0.1580	8.3492
18	MNCN	2016	0.2172	0.1205	-0.7613	1586476.8808
	MNCN	2017	0.2168	0.9211	0.0461	1124395.4365
	MNCN	2018	0.2998	1.7095	-0.0045	556036.6307
	MNCN	2019	0.1988	0.8253	0.1772	1256876.8884
19	MPMX	2016	0.4034	0.0212	-0.7510	648012.0462
	MPMX	2017	0.3242	0.0332	-0.1135	936006.9746
	MPMX	2018	0.5148	0.0398	-0.0280	460573.0751
	MPMX	2019	0.2231	0.0694	0.0892	333539.0598
20	MYOR	2016	0.2253	0.0003	-0.6841	5.8705
	MYOR	2017	0.2511	0.0006	0.0637	6.1412
	MYOR	2018	0.2552	0.0004	0.0874	6.8574
	MYOR	2019	0.2593	0.0001	0.1105	4.8309
21	PTBA	2016	0.3068	1.1300	-0.7419	2729.3918

	PTBA	2017	0.2747	1.0277	0.2856	2053.6850
	PTBA	2018	0.2914	1.4923	0.2616	3044.8531
	PTBA	2019	0.2421	0.0888	-0.0716	2775.5119
22	PWON	2016	0.0056	0.0071	-0.7307	2359.9735
	PWON	2017	0.0168	0.0582	0.1061	2579.0059
	PWON	2018	0.0108	0.0249	0.1953	1887.1710
	PWON	2019	0.0081	0.0163	0.0388	1712.2717
23	SCMA	2016	0.2510	0.0023	-0.7476	2209.7692
	SCMA	2017	0.2417	0.0024	-0.0599	1646.2354
	SCMA	2018	0.8109	0.0023	0.1503	1071.6304
	SCMA	2019	0.9652	0.0001	0.0812	749.8379
24	SILO	2016	0.3211	0.0004	-0.6974	5.6285
	SILO	2017	0.3209	0.0010	0.0272	2.4656
	SILO	2018	0.8843	0.0432	0.1237	0.9240
	SILO	2019	0.8331	0.0785	0.1822	1.7941
25	SMGR	2016	0.1552	0.0222	-0.7766	1755.7261
	SMGR	2017	0.1426	0.0019	0.0627	1929.1681
	SMGR	2018	0.2659	0.0002	0.0342	2083.6958
	SMGR	2019	0.4765	0.0005	0.2281	2157.9394
26	TLKM	2016	0.2601	1.1073	-0.7312	3463.3857
	TLKM	2017	0.2392	0.2394	0.1264	3922.5563
	TLKM	2018	0.2425	0.0856	0.0426	3175.3147
	TLKM	2019	0.2494	0.1164	0.0772	3162.6146
27	UNTR	2016	0.2121	0.5215	-0.7833	1721.8926
	UNTR	2017	0.2311	0.0022	0.2789	2777.7145
	UNTR	2018	0.2425	0.0009	0.3897	1788.2205
	UNTR	2019	0.2465	0.0017	0.1899	1326.3657
28	WIKA	2016	0.1805	1.1194	-0.7998	1693.7009
	WIKA	2017	0.0770	0.0591	0.3986	950.2181

WIKA	2018	0.1139	0.0565	0.6409	862.3293
WIKA	2019	0.0936	0.0415	0.0395	1026.9382

Lampiran 2.
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

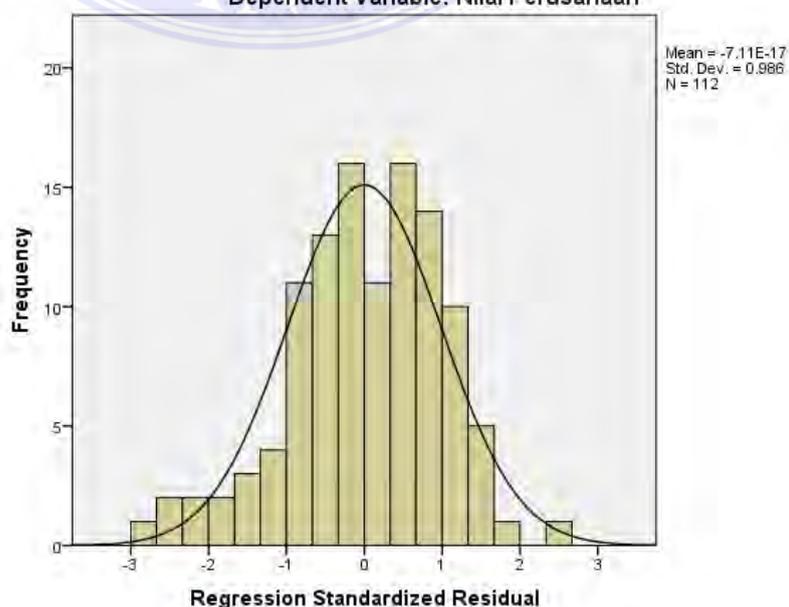
	N	Range	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Manajemen Pajak	112	5.2307	.0056	5.2363	36.3095	.324192	.5073150	.257
Kebijakan Pajak Tangguhan	112	2.5232	.0001	2.5233	33.7291	.301153	.5212831	.272
Pertumbuhan Penjualan	112	3.3965	-.9246	2.4719	-9.6146	-.085845	.4673455	.218
Nilai Perusahaan	112	1586476.6987	.1821	1586476.8808	9990498.1565	89200.876397	281779.2118011	79399524203.234
Valid N (listwise)	112							

Lampiran 3.
Uji Asumsi Klasik

Histogram

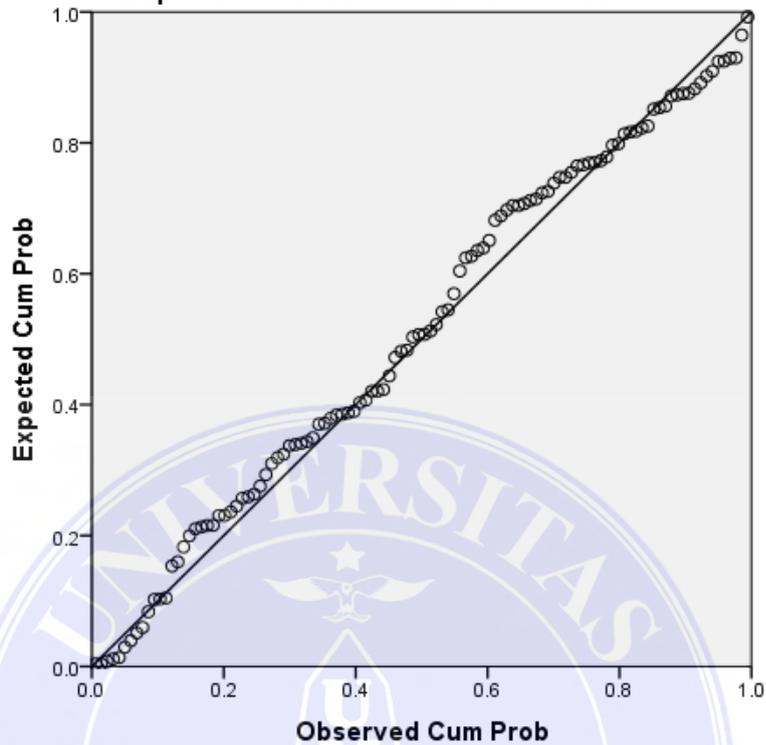
Dependent Variable: Nilai Perusahaan

1. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Nilai Perusahaan



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.94936325
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.050
	Negative	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.813
Asymp. Sig. (2-tailed)		.523

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

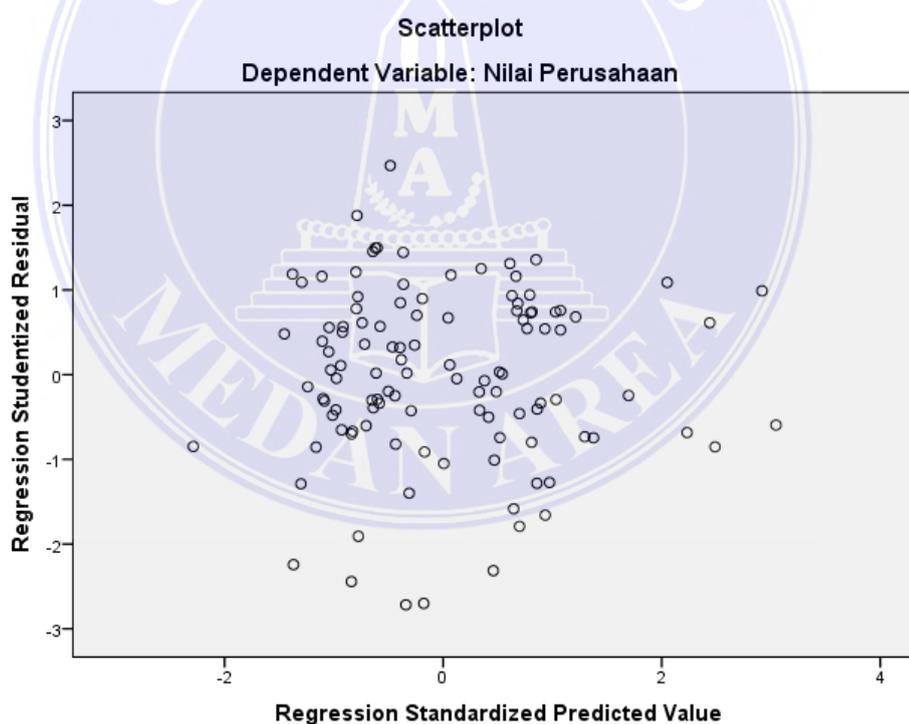
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
Manajemen Pajak	.984	1.016
Kebijakan Pajak Tangguhan	.965	1.036
Pertumbuhan Penjualan	.968	1.033

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

3. Uji Heteroskedasititas



4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.607 ^a	.658	.645	.962458534	1.691

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Manajemen Pajak, Kebijakan Pajak Tangguhan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 4.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.620	.258		2.408	.018
Manajemen Pajak	1.114	.101	1.108	2.400	.026
1 Kebijakan Pajak Tangguhan	1.034	.031	1.106	3.439	.027
Pertumbuhan Penjualan	1.005	.071	1.007	2.027	.009

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 5.

Hipotesis

1. Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.620	.258		2.408	.018
Manajemen Pajak	1.114	.101	1.108	2.400	.026
¹ Kebijakan Pajak Tangguhan	1.034	.031	1.106	3.439	.027
Pertumbuhan Penjualan	1.005	.071	1.007	2.027	.009

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

2. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	12.653	3	.884	38.024	.000 ^b
¹ Residual	1.043	108	.026		
Total	102.696	111			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Manajemen Pajak, Kebijakan Pajak Tangguhan

Lampiran 6.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607 ^a	.658	.645	.962458534

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Manajemen Pajak, Kebijakan Pajak Tangguhan

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



Lampiran 7. Surat Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id akademik.feuma@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1642 /FEB.1/06.5/III/2022

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

N a m a : MIA ARMILA
N P M : 178330098
Program Studi : Akuntansi

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul

" Pengaruh Manajemen Pajak, Kebijakan Pajak Tangguhan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Tercatat Dalam Jakarta Islamic Index 70"

Selama melakukan pengambilan data / riset mahasiswa mengikuti arahan sesuai peraturan dan tetap berperilaku baik. Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A n Dekan, 08 Maret 2022

Program Studi Akuntansi



Rana Fatmahan Ananda, SE, M.Si

