

PENGARUH SALES GROWTH, GREEN ACCOUNTING, DAN PERENCANAAN PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Wulan Gladismana¹, Nurhayati²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: wulangladismana@gmail.com

Submitted: 06 August 2025	Accepted: 07 October 2025	Published: 31 October 2025
---------------------------	---------------------------	----------------------------

ABSTRAK

Tujuan studi ini berupa mengkaji dampak pertumbuhan penjualan, penerapan green accounting, serta strategi perencanaan pajak terhadap nilai suatu perusahaan. Desain asosiatif pada kuantitatif menjadi pendekatan yang diterapkan, yang berfokus pada pengujian keterkaitan antarvariabel numerik melalui penerapan teknik analisis statistik. Penggunaan data di studi ini berupa data sekunder yakni laporan keuangan yang dirilis di laman Bursa Efek Indonesia (BEI) termasuk dokumen lain yang relevan selaku pelengkap data. Digunakan *purposive sampling* dalam proses pemilihan data melalui kriteria khusus, kemudian didapat 15 perusahaan yang tercatat di rentang 2019-2023 pada BEI terkait sektor *consumer non-cyclicals* di mana data observasinya berjumlah 75. Proses analisis data dilakukan menggunakan metode path analysis melalui aplikasi SmartPLS versi 3.2.6, yang mencakup pengujian outer model dan inner model, termasuk evaluasi validitas serta reliabilitas instrumen penelitian. Berdasarkan hasil analisis, variabel pertumbuhan penjualan serta penerapan green accounting tidak ditemukan pengaruh bagi nilai perusahaan yang signifikan. Sebaliknya, terdapat dampak positif yang diterima nilai perusahaan dari perencanaan pajak yang signifikan. Harapannya temuan ini mampu menambah khazanah kajian akademik sekaligus memberi manfaat praktis bagi pihak manajemen serta investor dalam menyusun keputusan strategis yang berfokus pada optimalisasi nilai perusahaan.

Kata kunci: Sales Growth, Green Accounting, Perencanaan Pajak, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

The aims of this study is to examine the impact of sales growth, green accounting implementation, and tax planning strategies on company value. Assosiative design in quantitative is the approach applied, which focuses on testing the relationship between numerical variables through the application of statistical analysis techniques. The data used in this research is secondary data, namely financial reports released on the Indonesia Stock Exchange (IDX) website, including other relevant documents as complementary data. Purposive sampling was used in the data selection process through specific criteria, then 15 companies were obtained that were listed in the 2019-2023 period on the IDX related to the consumer non-syclicals sector where the observation data amounted to 75. The data analysis process was carried out using the path analysis method through the SmartPLS application version 3.2.6, which includes testing the outer and inner models, including evaluating the validity and reliability of the research instruments. Based on the analysis results, the variables of sales growth and the implementation of green accounting were not found to have a significant influence on company value. Conversely, there is a significant positive impact on the company's value from tax planning. Its is hoped that this finding will be able to add to the treasure trove of academic studies and provide practical benefits for management and investors in formulating strategic decisions focused on optimizing company value.

Keywords: Sales Growth, Green Accounting, Tax Planning, Firm Value

PENDAHULUAN

Dalam dunia usaha, nilai perusahaan dijadikan sebagai parameter utama dalam menilai tingkat keberhasilan suatu entitas dalam mengelola sumber dayanya secara efisien dan menciptakan pertumbuhan berkelanjutan. Menurut (Indrarini, 2019) sasaran utama sebuah perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan agar mampu memberikan manfaat maksimal bagi pemegang saham serta karyawannya. Nilai ini merepresentasikan persepsi pasar terhadap prospek perusahaan di masa mendatang dan memiliki hubungan erat dengan pergerakan harga saham yang digunakan sebagai indikator kinerja. Akan tetapi, dalam praktik pasar modal sering muncul kesenjangan antara nilai pasar dengan nilai intrinsik, sehingga fluktuasi harga saham tidak selalu mencerminkan kondisi fundamental perusahaan secara nyata. Menurut (Aranni et al., 2023) perkembangan perusahaan yang tergambar lewat fluktuasi harga saham di bursa efek menjadi indikator penting dalam menilai kesehatan suatu entitas bisnis. Faktor eksternal, misalnya ketidakpastian ekonomi dunia, serta dinamika internal perusahaan dapat menyebabkan perbedaan nilai yang tidak mencerminkan performa riil entitas bisnis. Oleh sebab itu, analisis komprehensif terhadap faktor penentu nilai perusahaan menjadi sangat penting.

Terjadi penurunan penjualan sebesar 7,97% di tahun 2021 pada *consumer non-cyclicals* selaku bagian operasional di PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR). Terjadi penurunan nilai penjualan semula Rp42,97 triliun menjadi Rp39,5 triliun, yang utamanya disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku sekaligus melemahnya kemampuan beli masyarakat (Bisnis.com, 2022). Sebaliknya, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) menunjukkan performa berbeda dengan peningkatan penjualan 22% dari Rp81,73 triliun menjadi Rp99,35 triliun dan peningkatan laba 18% berkisar dari Rp6,46 triliun hingga Rp7,64 triliun (Fotuneidn.com, 2022). Fakta ini menunjukkan bahwa *sales growth* memiliki peran krusial dalam membentuk pandangan investor mengenai prospek perusahaan.

Di tengah ketidakpastian ekonomi global, saham-saham sektor *consumer non-cyclicals* tetap menunjukkan performa positif. Saham PT Mayora Indah Tbk naik 23,53% dan PT Gudang Garam Tbk naik 8,46% hanya dalam waktu satu minggu pada Oktober 2022 (Kontan.co.id, 2022). Sektor ini dinilai defensif karena mencakup produk-produk kebutuhan pokok yang tetap dibutuhkan dalam situasi apapun. Namun demikian, nilai selama periode lima tahun terakhir, sektor ini mengalami penurunan yang substansial. Menurut data IDX (2024), pada sektor *consumer non-cyclicals*, rasio PBV tercatat turun hebat di tahun 2023 yakni bernilai 1,43 yang semula 4,17 di tahun 2019, atau mengalami penurunan sekitar 65,74%. Kondisi ini menunjukkan perlunya dilakukan kajian lebih detail terkait berbagai faktor yang memberikan pengaruh bagi terbentuknya nilai perusahaan.

Salah satu variabel yang kerap dianalisis adalah *sales growth*. (Zhafiira & Andayani, 2019) *sales growth* dianggap sebagai indikator yang merefleksikan peluang pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. (Fajriah et al., 2022) serta (Candra et al., 2024) mengungkapkan bahwa peningkatan *sales growth* berperan dalam mendorong kenaikan nilai perusahaan, sehingga keduanya memiliki keterkaitan yang bersifat positif, sementara (Sinaga et al., 2019) justru menyatakan sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan riset yang dilakukan oleh (Margie & Melinda, 2024) serta (Yusnaini et al., 2024) *sales growth* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ini mendorong perlunya kajian ulang dalam konteks dan periode yang berbeda. Faktor berikutnya adalah *green accounting*. (Oktapriana et al., 2022) menyebutkan *green accounting* memberikan dukungan bagi perusahaan dalam mengidentifikasi biaya lingkungan yang berpengaruh pada efisiensi operasional dan persepsi positif dari pasar. Menurut hasil penelitian yang disampaikan oleh (Margie & Melinda, 2024) serta (Astuti et al., 2023) penerapan akuntansi lingkungan (*green accounting*) terbukti mempunyai relasi dengan nilai perusahaan yang positif, sementara temuan dalam jurnal yang ditulis oleh (Sapulette & Limba, 2021) serta (Salsabila & Widiatmoko, 2020) menyebutkan hasil

berbeda dengan tidak adanya pengaruh. Perbedaan ini menunjukkan bahwa persepsi investor terhadap kebijakan ramah lingkungan perusahaan sangat bervariasi tergantung konteks, transparansi, dan konsistensi penerapan.

Faktor ketiga yang dikaji adalah perencanaan pajak. (Habibah & Aisyah Margie, 2021) mendefinisikan perencanaan pajak digunakan sebagai strategi sah perusahaan dalam mengurangi kewajiban pajak dengan tujuan meningkatkan laba bersih. Meski demikian, hasil penelitian empiris mengenai dampak perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan masih memperlihatkan perbedaan temuan (Romadhina & Andhityara, 2021) serta (Septiani & Nadi, 2024) menyatakan tidak ada pengaruh signifikan, sedangkan (Hardianti et al., 2024) serta (Christiani et al., 2022) menemukan bukti adanya kontribusi positif yang diberikan perencanaan pajak bagi peningkatan nilai perusahaan yang signifikan. Kendati demikian, kajian lebih komprehensif tetap dibutuhkan agar pemahaman terkait relasi nilai perusahaan dengan strategi perencanaan pajak mampu lebih diperkuat. Research gap ini menjadi dasar penelitian untuk memperkuat pemahaman hubungan antara *tax planning* dan nilai perusahaan, khususnya pada sektor *consumer non-cyclicals*.

Subjek pada studi ini mengambil dari sektor *consumer non-cyclicals*, sektor yang memiliki karakteristik defensif karena permintaan produk dan kinerjanya relatif konstan. Industri yang termasuk di dalamnya antara lain makanan, minuman, serta barang rumah tangga, yang tetap diminati meski kondisi ekonomi tidak menentu. Menurut (Utami, 2020), karakteristik sektor ini adalah defensif serta mampu menjaga kestabilannya saat menghadapi tekanan ekonomi, sementara (Pratiwi et al., 2021) menyebutkan bahwa sektor ini mencatat return saham hingga 205,77%, lebih tinggi dibandingkan IHSG dan LQ45. Namun demikian, sektor ini juga tidak lepas dari tekanan ekonomi dan dampak pandemi. (Intan, 2021a) mencatat bahwa indeks sektor ini turun 11,29% pada awal 2021. Saham-saham seperti UNVR dan HMSP mengalami penurunan masing-masing sebesar 30,95% dan 23,26% (Intan, 2021b). (Irmayani, 2021) menambahkan faktor penyebab berkurangnya kemampuan masyarakat untuk berbelanja sebagai dampak pandemi COVID-19 menjadi penyebab tambahan dari penurunan ini. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, pelaksanaan penelitian ini menjadi relevan dan perlu dilakukan. Fokus utamanya adalah menguji sejauh mana pertumbuhan penjualan, implementasi green accounting, serta upaya perencanaan pajak dapat memengaruhi nilai perusahaan. Hasil yang diperoleh diharapkan bukan sebatas menjadi sumbangan perluasan kajian akademik, namun juga menjadi acuan praktis untuk pihak manajemen maupun pengambil keputusan strategis. Untuk menjawab permasalahan penelitian, digunakan pendekatan yang menitikberatkan pada analisis hubungan antarvariabel dalam sektor defensif, yang tetap rentan terhadap fluktuasi ekonomi serta perubahan regulasi. Temuan studi ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi manajer, pemangku kepentingan, serta otoritas pengawas dalam pengambilan keputusan yang berorientasi pada tata kelola korporasi yang efektif dan berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif dipilih dalam penelitian ini melalui rancangan kausal asosiatif bagi proses analisis implikasi pertumbuhan penjualan, penerapan *green accounting*, serta perencanaan pajak bagi nilai perusahaan. Adapun fokus objek riset berupa perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) di rentang 2019-2023 dengan sektor *consumer non-cyclicals*. Sektor ini mencakup produk kebutuhan pokok dengan permintaan stabil, meskipun dalam beberapa tahun terakhir nilai perusahaannya menunjukkan tren penurunan. Penggunaan data yakni data sekunder dengan sumber berupa *financial report* yang telah diaudit, *annual report*, dan informasi PROPER yang diedarkan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.2.6, sedangkan pengumpulan data dilakukan secara daring melalui laman resmi BEI dan sumber pemerintah.

Durasi penelitian sekitar enam bulan, meliputi tahapan pengumpulan, analisis, hingga penyusunan hasil penelitian, dengan total 15 perusahaan dan 75 observasi yang menjadi sampel.

Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono, 2022) variabel operasional didefinisikan sebagai sifat atau ciri sebuah objek, individu, atau aktivitas, dengan nilai bervariasi dan dipilih peneliti untuk dianalisis serta diinterpretasikan. Kajian ini menempatkan satu variabel sebagai dependen dan variabel independen berjumlah tiga, dengan uraian berikut ini.

Nilai Perusahaan (Y)

Dalam riset ini, nilai perusahaan dijadikan sebagai variabel dependen. Penelitian (Anisran & Ma'wa, 2023) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan menggambarkan keadaan serta kinerja yang berhasil dicapai suatu entitas di pasar modal, yang salah satunya dapat dilihat melalui pergerakan harga saham. Pada riset ini, indikator nilai perusahaan ditentukan melalui rasio PBV, dengan perhitungan mengacu pada rumus di bawah ini.

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

Sales Growth (X₁)

Pendapat (Adelyya & Putri, 2022) mengenai *sales growth* dipandang sebagai tolok ukur pertumbuhan perusahaan, yang tercermin dari kemampuan menaikkan angka penjualan secara periodik. Rumus *sales growth* (Adelyya & Putri, 2022) :

$$SG = \frac{\text{This Year's Sales} - \text{Last Year's Sales}}{\text{Last Year's Sales}}$$

Green Accounting (X₂)

Menurut (Gustinya, 2022) variabel *green accounting* dinilai melalui program PROPER yang dikeluarkan oleh KLHK. Skor PROPER selanjutnya diubah ke skala angka untuk memungkinkan analisis statistik (Gustinya, 2022) :

Indeks PROPER :
Emas = 5
Hijau = 4
Biru = 3
Merah = 2
Hitam = 1

Perencanaan Pajak (X_3)

Menurut (Putri & Ambarita, 2025) strategi perencanaan pajak digunakan perusahaan guna menekan kewajiban pajak tanpa melanggar peraturan. Dalam penelitian ini, pengukurannya dilakukan dengan menggunakan dua indikator, yakni:

Proses hitung ETR berlangsung melalui laba sebelum pajak yang membagi nilai beban pajak penghasilan (Putri & Ambarita, 2025). Pada penelitian ini, di bawah ini ialah perhitungan ETR untuk perencanaan pajak.

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Perencanaan pajak dapat diidentifikasi melalui proses ukur membandingkan laba akuntansi dan laba fisikal dilakukan untuk melihat Tingkat retensi pajak (TRR) Laba akuntansi dipeoleh dari laporan laba rugi, sedangkan laba fisikal melalui rekonsiliasi fisikal (Gurning & Oktavianna, 2024). Berikut rumus *Tax Retention Rate* (TRR) mengacu pada (Anisran & Ma'wa, 2023).

$$TRR = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Pada studi ini, aplikasi SmartPLS 3.2.6 dipakai untuk analisis data yang berlangsung melalui penerapan *path analysis* selaku metode yang dipakai dari pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Proses analisis dilakukan secara bertahap, di bawah ini uraian tahapan utama yang dilakukan.

1. Analisis outer model bertujuan memastikan validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk terpenuhi.
2. Analisis inner model difokuskan pada pengujian hubungan antarvariabel laten dengan memperhatikan koefisien jalur dan nilai R-square.
3. Evaluasi model keseluruhan ditentukan melalui parameter goodness of fit hasil pengolahan data.

Kegiatan penelitian disusun secara sistematis, diawali dengan identifikasi model konseptual, penetapan sampel berdasarkan purposive sampling, dan pengumpulan data sekunder. Proses analisis dilaksanakan dengan memanfaatkan bantuan aplikasi SmartPLS, mencakup evaluasi model pengukuran serta model struktural hingga pada akhirnya dirumuskan kesimpulan dan rekomendasi. Temuan yang diperoleh diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi manajemen, investor, maupun otoritas terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Studi mempunyai objek sebanyak 15 perusahaan yang tercatat di rentang 2019-2023 pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada sektor *consumer non-cyclicals*. Terkumpul 75 data observasi yang dianalisis dari total perusahaan tersebut. Sampel dipilih melalui *purposive sampling* selaku metodenya dengan ketentuan khusus agar selaras bersama capaian penelitian.

Penggunaan data pada kajian ini yakni laporan keuangan resmi yang dirilis BEI dan dokumen pendukung lainnya.

Statistik Deskriptif

Fungsi statistik deskriptif adalah menyajikan deskripsi data secara umum tanpa melakukan generalisasi atau kesimpulan inferensial. Berikut ini sajian *output* analisisnya.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Delimiter:	Semicolon	Encoding:	UTF-8	<input type="button" value="Re-Analyze"/>	<input type="button" value="Open External"/>
Value Quote Character:	None	Sample size:	75		
Number Format:	US (example: 1,000.23)	Indicators:	5		
Missing Value Marker:	None	Missing Values:	0		

Indicators:	Indicator	Correlations	Raw File								<input type="button" value="Copy to Clipboard"/>
	No.	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard Devia...	Excess Kurtosis	Skewness		
PBV	1	0	2117162653.200	1700256562.000	139948.000	6067178582.000	1676398391.355	-0.802	0.533		
SG	2	0	53160340.707	38213036.000	-274850463.000	474684135.000	120956528.027	2.804	0.948		
GA	3	0	3.093	3.000	3.000	4.000	0.291	6.309	2.853		
ETR	4	0	210160798.493	225790179.000	220174.000	631345519.000	98728710.585	4.064	0.121		
TRR	5	0	666947338.867	755646548.000	779826.000	1051464651.000	243473952.984	2.258	-1.926		

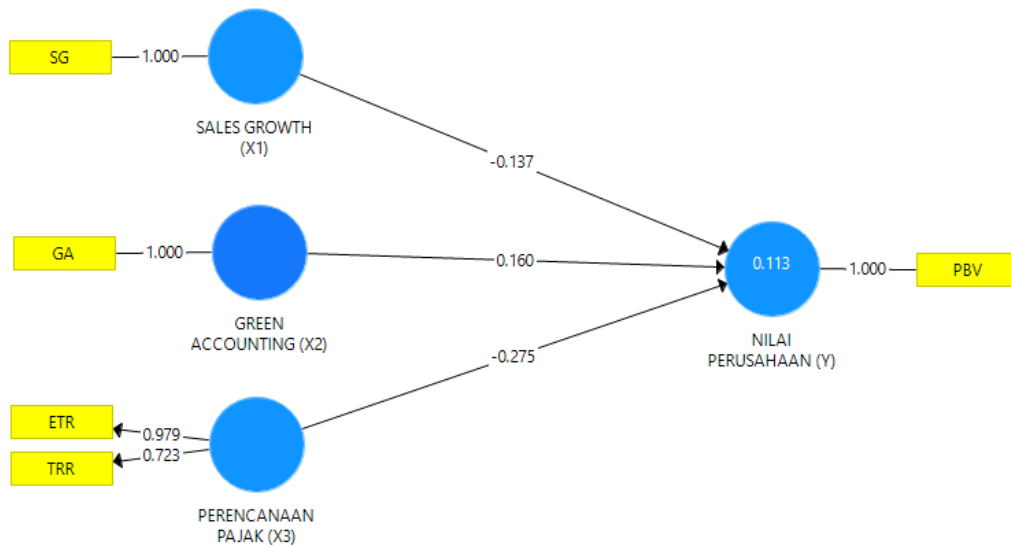
Sumber: Hasil *Output SmartPLS*

Statistik deskriptif mengungkapkan bahwa penelitian ini melibatkan tiga variabel bebas, yakni Sales Growth (SG), Green Accounting (GA), serta Effective Tax Rate (ETR), sementara variabel terikat yakni Price to Book Value (PBV). Di samping itu, digunakan pula indikator tambahan berupa Tax Retention Rate (TRR). Dari hasil analisis, terlihat bahwa mayoritas variabel memiliki distribusi data yang cukup besar, sedangkan GA menunjukkan distribusi rendah dan relatif konsisten.

Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Data dianalisis menggunakan teknik path analysis melalui aplikasi SmartPLS. Penilaian model PLS dilakukan dengan pendekatan prediktif non-parametrik. Proses uji di tahap *outer model* mencakup validitas konvergen dan diskriminan, serta reliabilitas konstruk. Sementara itu, inner model dianalisis berdasarkan nilai R^2 serta koefisien jalur antarvariabel. Uji stabilitas estimasi dilakukan dengan t-statistic melalui prosedur *bootstrapping*.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)



Gambar 1.
Diagram Jalur Full Model Pemodelan Persamaan Struktural

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*

Tabel 2
Collinearity Statistics (VIF)

Collinearity Statistics (VIF)	
Outer VIF Values	Inner VIF Values
	VIF
ETR	1.469
GA	1.000
PBV	1.000
SG	1.000
TRR	1.469

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*

Merujuk tabel 2 yang menyajikan sejumlah nilai *collinearity statistics* (VIF) indikator variabel sudah berwarna hijau yang artinya tidak terjadinya multikol, yaitu ETR (1.469), GA (1.000), PBV (1.000), SG (1.000), dan TRR (1.469). Hasilnya, indikator yang digunakan adalah indikator yang valid atau dengan kata lain berguna untuk mengukur faktor yang ingin diteliti oleh peneliti (valid).

Tabel 3
Results For Outer Loadings

Outer Loadings

	GREEN ACCO...	NILAI PERUSA...	PERENCANAA...	SALES GROWT...
ETR			0.979	
GA	1.000			
PBV		1.000		
SG				1.000
TRR			0.723	

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*

Merujuk tabel 3 yang memuat nilai *outer loadings* bagi tiap indikator masing-masing variabel sudah sesuai kriteria dimana seharusnya nilai *outer loadings* tersebut lebih dari 0,70 yaitu ETR (0.979), GA (1.000), PBV (1.000), SG (1.000), dan TRR (0.723). Indikator-indikator tersebut baik digunakan untuk menilai variabel yang ingin diuji oleh peneliti (valid).

Tabel 4
Discriminant Validity

Discriminant Validity

	GREEN ACCOUNTING (X2)	NILAI PERUSAHAAN (Y)	PERENCANAAN PAJAK (X3)	SALES GROWTH (X1)
GREEN ACCOUNTING (X2)	1.000			
NILAI PERUSAHAAN (Y)	0.145	1.000		
PERENCANAAN PAJAK (X3)	0.113	-0.253	0.860	
SALES GROWTH (X1)	-0.120	-0.149	-0.027	1.000

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*

Merujuk tabel 4 yang menyajikan nilai korelasi antarvariabel lebih besar daripada korelasi indikator melalui perbedaan konstruk. Hal ini menegaskan terkait kemampuan prediktif yang dimiliki konstruk laten bersifat lebih baik bagi indikator di kelompoknya sendiri.

Tabel 5
Hasil Pengujian Cronbach Alpha, Composite Reliability, dan AVE

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
GREEN ACCOU...	1.000	1.000	1.000	1.000
NILAI PERUSA...	1.000	1.000	1.000	1.000
PERENCANAA...	0.722	1.580	0.848	0.740
SALES GROWT...	1.000	1.000	1.000	1.000

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*

Hasilnya, dapat dikatakan semua konstruksi dapat diandalkan. *Output* dari *cronbach alpha*, *composite reliability*, dan AVE mengindikasikan bahwa setiap variabel mempunyai nilai >0,70.

Model Struktural (Inner Model)

Tabel 6
R-Square Adjusted

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
NILAI PERUSAHAAN (Y)	0.113	0.076

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*

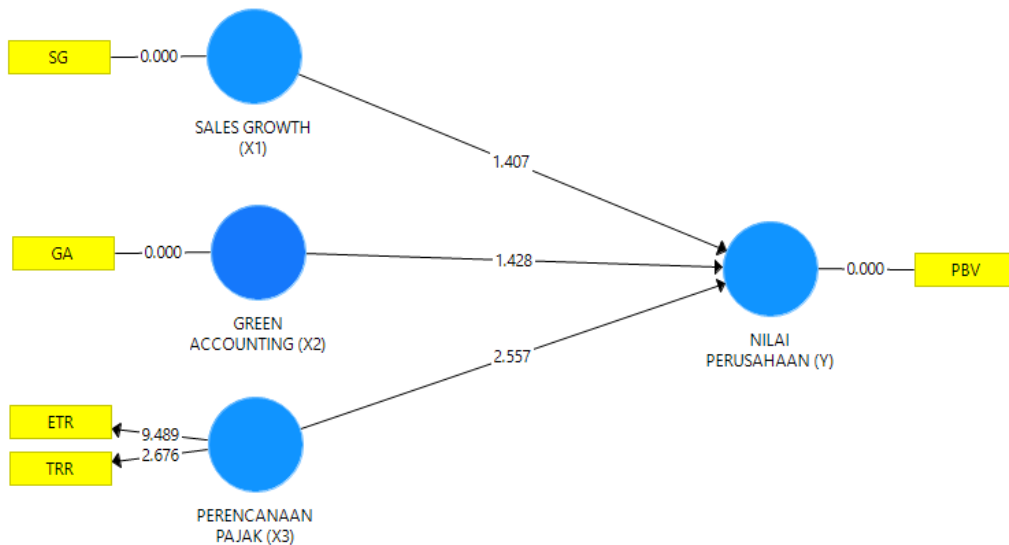
Merujuk tabel 6 yang menyajikan *sales growth*, *green accounting*, dan perencanaan pajak menjelaskan 7,6% variabilitas nilai perusahaan, sedangkan faktor lain yang tidak ada dalam model tidak dapat menjelaskan porsi sisanya.

Tabel 7
Path Coefficients

Path Coefficients

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
GREEN ACCOUNTING (X2) -> NILAI PERUSAHAAN (Y)	0.160	0.171	0.112	1.428	0.154
PERENCANAAN PAJAK (X3) -> NILAI PERUSAHAAN (Y)	-0.275	-0.291	0.107	2.557	0.011
SALES GROWTH (X1) -> NILAI PERUSAHAAN (Y)	-0.137	-0.132	0.097	1.407	0.160

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*



Gambar 2
Hasil Penelitian

Sumber : Data diolah dengan *SmartPLS*

Berikut ini sajian temuan uji hipotesis tiap variabel.

Tabel 8
Rekapitulasi Hasil Perhitungan Koefisien-Koefisien Jalur Model Struktural

Nilai	Jalur	Koefisien Jalur	t-statistics	R Square Adjusted	VIF
Perusahaan	<i>Sales Growth</i>	-0.137	1.407	0.076	1.000
	<i>Green Accounting</i>	0.160	1.428		1.000
	Perencanaan Pajak	-0.275	2.557		1.469

Sumber : Hasil pengolahan data

Hasil uji pada variabel *sales growth* menemukan 1,407 selaku nilai *t-statistic* yang mana lebih kecil dibanding 1,992 selaku *t-tabel*. Dengan demikian, tidak terdapat bukti yang memadai mengenai pengaruh yang diterima variabel dependen dari variabel independen yang signifikan, di mana juga dibuktikan dengan temuan 0,160 selaku nilai P.

Pengujian variabel *green accounting* menghasilkan *t-statistic* sebesar 1,428, sedangkan nilai kritis *t tabel* adalah 1,992. Karena *t-statistic* berada di bawah nilai kritis, maka variabel ini dinyatakan tidak ada pengaruh bagi variabel dependen yang signifikan. Temuan ini pun didukung oleh P value 0,154.

Nilai *t-statistic* untuk perencanaan pajak tercatat 2,557, sedangkan nilai kritis *t tabel* adalah 1,992. Karena hasil uji menunjukkan *t-statistic* > *t tabel*, berikutnya disimpulkan mengenai adanya pengaruh yang diberikan perencanaan pajak bagi variabel dependen yang signifikan. Bukti ini didukung oleh nilai P sebesar 0,011.

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SmartPLS, ditemukan bahwa *sales growth* dan *green accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan perencanaan pajak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan laba melalui efisiensi pajak lebih diapresiasi pasar dibandingkan peningkatan penjualan atau aktivitas lingkungan yang belum memberikan dampak langsung terhadap profitabilitas.

Temuan ini sejalan dengan teori agensi (Jensen & Meckling, 1976) yang menyatakan bahwa manajemen sebagai agen bertugas memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham melalui kebijakan efisien, termasuk pengelolaan pajak. Perencanaan pajak yang optimal menjadi sinyal positif (*signaling theory*) bagi investor tentang kemampuan manajemen dalam mengelola risiko keuangan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung (Hardianti et al., 2024) dan (Putri & Ambarita, 2025) yang menemukan bahwa strategi perencanaan pajak meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Sementara itu, tidak signifikannya pengaruh *sales growth* terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh fluktuasi ekonomi dan tekanan biaya bahan baku yang tinggi pada sektor *consumer non-cyclicals* pascapandemi. Hal ini mendukung temuan (Sinaga et al., 2019) bahwa pertumbuhan penjualan tidak selalu mencerminkan efisiensi kinerja jika tidak diimbangi dengan pengendalian biaya. Untuk variabel *green accounting*, hasil yang tidak signifikan menunjukkan bahwa praktik ramah lingkungan belum sepenuhnya dianggap relevan dalam penilaian pasar terhadap kinerja perusahaan di Indonesia. Hal ini konsisten dengan hasil riset (Sapulette & Limba, 2021), namun bertolak belakang dengan (Astuti et al., 2023) yang menegaskan bahwa *green accounting* dapat menjadi sinyal positif dalam konteks perusahaan dengan komitmen lingkungan tinggi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya strategi perpajakan sebagai faktor dominan dalam membentuk nilai perusahaan. Implikasi manajerialnya adalah

bahwa perusahaan perlu memperkuat efisiensi pengelolaan pajak tanpa melanggar regulasi, serta meningkatkan transparansi praktik keberlanjutan agar di masa mendatang dapat memengaruhi persepsi investor secara positif.

KESIMPULAN

Hasil pengolahan data dan proses uji hipotesis di studi ini menghasilkan simpulan yang diuraikan berikut ini.

1. Temuan analisis memperlihatkan tidak adanya pengaruh dari *Slaes Growth* untuk Nilai Perusahaan yang signifikan.
2. Terbukti tidak adanya pengaruh yang diberikan *Green Accounting* untuk Nilai Perusahaan.
3. Sebaliknya, terdapat pengaruh yang positif dari Perencanaan pajak untuk Nilai Perusahaan secara signifikan.

SARAN

Keterbatasan riset ini dilihat di sisi cakupan industri dan jumlah variabel yang diteliti. Untuk riset mendatang, disarankan agar memasukkan variabel tambahan, misalnya leverage, profitabilitas, maupun kebijakan dividen, serta memperluas objek penelitian lintas sektor. Penerapan metode analisis yang lebih mutakhir juga diharapkan mampu memperkuat validitas hasil. Temuan yang diperoleh diharapkan menjadi pijakan bagi penelitian berikutnya sekaligus memberikan sumbangan bagi literatur akademik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelyya, R., & Putri, N. E. (2022). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Sales Growth Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 123–132. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2343>
- Anisran, F., & Ma'wa, F. A. M. (2023). Pengaruh Tax Planning & Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(2), 305–318. <https://doi.org/10.25105/jat.v10i2.17104>
- Aranni, I., Sofianty, D., & Mardini, R. (2023). Pengaruh Sales Growth dan Tax Avoidance terhadap Nilai Perusahaan. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 3(1), 575–581. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v3i1.6759>
- Astuti, N. K. N., Putu, Pradnyani Purnama Sri Putu, N. L., & Wasita Adi Aristya, P. (2023). PENGARUH PENERAPAN GREEN ACCOUNTING, PROFITABILITAS, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Research of Accounting*, 4(2), 133–145. <https://doi.org/https://jarac.triatmamulya.ac.id/index.php/Jarac/article/view/79>
- Bisnis.com. (2022). *Unilever Indonesia (UNVR) Raih Laba Rp5,7 Triliun pada 2021, Turun 19,6 Persen*. <https://market.bisnis.com/read/20220210/192/1499171/unilever-indonesia-unvr-raih-laba-rp57-triliun-pada-2021-turun-196-persen>
- Candra, E., Elfiswandi, E., & Lusiana, L. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Laba, Pertumbuhan Penjualan, Likuiditas Dan Risiko Bisnis Pada Nilai Perusahaan, Di Moderasi Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 1655–1678. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4638>
- Christiani, Y. N., Rane, M. K. D., & Sine, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Among Makarti*, 14(2), 77–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.211>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*

- Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Fotuneidn.com. (2022). *Penjualan Indofood Tembus Rp 99 Triliun di 2021, Laba Bersih Naik 18%* Artikel ini telah tayang di Fortuneidn.com dengan judul "Penjualan Indofood Tembus Rp 99 Triliun di 2021, Laba Bersih Naik 18%".
- Gurning, D. L., & Oktavianna, R. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak, Aset Pajak Tangguhan, dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pajak Vokasi (JUPASI)*, 5(2), 41–52.
- Gustinya, D. (2022). Pengaruh Penerapan Green Accounting Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Peserta Proper Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017 - 2019. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana*, 9(2), 759. <https://doi.org/10.35137/jabk.v9i2.688>
- Habibah, H., & Aisyah Margie, L. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Konservatisme Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 9(1), 60. <https://doi.org/10.32493/jk.v9i1.y2021.p60-71>
- Hardianti, R., Yuniati, & Kodariah, S. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak, Penghindaran Pajak dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 13(1), 57–70.
- Indrarini, S. (2019). *NILAI PERUSAHAAN MELALUI KUALITAS LABA: (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Scopindo Media Pustaka. https://books.google.com/books/about/NILAI_PERUSAHAAN_MELALUI_KUALITAS_LABA.html?hl=id&id=4wTFDwAAQBAJ
- Intan, K. (2021a). *Sektor barang konsumen melorot 11,29% sejak awal tahun, ini sebabnya*. Kontan.Co.Id. <https://investasi.kontan.co.id/news/sektor-barang-konsumen-melorot-1129-sejak-awal-tahun-ini-sebabnya>
- Intan, K. (2021b). *Sektor consumer non-cyclicals tertekan sejak awal tahun, ini pemberatnya*. Kontan.Co.Id. <https://investasi.kontan.co.id/news/sektor-consumer-non-cyclicals-tertekan-sejak-awal-tahun-ini-pemberatnya>
- Irmayani, N. W. D. (2021). Dampak Pandemic Covid 19 Terhadap Reaksi Pasar Pada Sektor Consumer Goods Industry Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 1127. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i12.p05>
- Jensen, & Meckling. (1976). *Diambil kembali dari <https://www.hestanto.web.id/teori-keagenan-agency-theory/>*. <https://www.hestanto.web.id/teori-keagenan-agency-theory/>
- Kontan.co.id. (2022). *Saham Consumer Non-Cyclicals Melaju, Ini Deretan Saham Jagoan Analisis*. <https://id.tradingview.com/news/kontan:07070ff54:0/>
- Margie, L. A., & Melinda, M. (2024). Pengaruh Green Accounting, Sales Growth Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 594–607. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/339>
- Oktapriana, C., Nurdiniah, D., & Diyani, L. A. (2022). Pengaruh Implementasi Green Accounting dan Kinerja CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Pemoderasi. *Konferensi Ilmiah Akuntansi IX*, 1–14. <https://ojs.uph.edu/index.php/KIA9/article/view/5593/pdf>
- Pratiwi, B. D., Damayanti, M., & Harori, Iqbal, M. (2021). PENGARUH INFLASI, BILIRATE, DAN NILAI TUKAR RUPIAH TERHADAP PERUBAHAN INDEKS HARGA SAHAM.SEKTOR CONSUMER GOODS. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(1), 51–63.
- Putri, K. A., & Ambarita, D. (2025). Pengaruh Perencanaan Pajak, Kebijakan Utang dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan*, 01(03), 377–387.
- Romadhina, A. P., & Andhityara, R. (2021). PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 5(2), 358–366. <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>

- Salsabila, A., & Widiatmoko, J. (2020). Pengaruh Green Accounting terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2021. *Jurnal Mirai Manajemen, Vol 7*(No 1), 410–424.
- Sapulette, S. G., & Limba, F. B. (2021). Pengaruh Penerapan Green Accounting dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. *Kupna Akuntansi: Kumpulan Artikel Akuntansi, 2*(1), 31–43. <https://doi.org/10.30598/kupna.v2.i1.p31-43>
- Septiani, A. N., & Nadi, L. (2024). Brilian Dinamis Akuntansi Audit Brilian Dinamis Akuntansi Audit. *Brilian Dinamis Akuntansi Audit, 6*(1), 97–119. <https://journalpedia.com/1/index.php/bdaa/index>
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., & Guci, S. T. (2019). Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Debt Policy, Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2*(2), 345–355. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.664>
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Utami, N. D. (2020). *Kinerja IHSG Kuartal I/2020 : Sektor Barang Konsumsi Pimpin Kinerja Sektoral*. Blisnis.Com. <https://market.bisnis.com/read/20200403/7/1222199/kinerja-ihsg-kuartal-i2020-sektor-barang-konsumsi-pimpin-kinerja-sektoral->
- Yusnaini, Y., Gurusinga, L. B., & Belinda, L. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Modal Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8*(2), 1031–1047. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4057>
- Zhafiira, C. F., & Andayani. (2019). Pengaruh Sales Growth, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 8*(4), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/2372/2376>