

Pengaruh Komisaris Independen, Sales Growth, dan Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Rizky Amelia ^{1*}, Nani Mulyani ²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia.

Email: amellia1651@gmail.com ^{1*}, dosen0198@unpam.ac.id ²

Article History

Received: 22 Agustus 2026.
Revised: 20 September 2026.
Accepted: 10 Oktober 2026.
Available online: 20 Oktober 2026.
Published: 1 Januari 2027.

Keyword

Independent Commissioners;
Sales Growth; Tax Avoidance;
Firm Value.

Kata Kunci

Komisaris Independen; Sales
Growth; Penghindaran Pajak;
Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Independent Commissioners, Sales Growth, and Tax Avoidance on Firm Value. Firm Value is the dependent variable, while Independent Commissioners, Sales Growth, and Tax Avoidance are the independent variables. This research employs a quantitative method with purposive sampling as the data collection technique. The population of this study consists of Consumer Non-Cyclicals companies in the Food and Beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2020–2024. A total of 13 companies were selected as the research sample. The data analysis method used is multiple regression analysis, F-test, and t-test using EViews 12 software. The results show that Independent Commissioners have an effect on Firm Value, Sales Growth has an effect on Firm Value, and Tax Avoidance does not have an effect on Firm Value. Meanwhile, Independent Commissioners, Sales Growth, and Tax Avoidance simultaneously have a significant effect on Firm Value. This study is beneficial in providing information for company management in improving firm value through the role of Independent Commissioners, Sales Growth, and Tax Avoidance, and serves as a consideration for investors in making investment decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Komisaris Independen, Sales Growth dan Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. Nilai Perusahaan merupakan variabel dependen dan Komisaris Independen, Sales growth dan Penghindaran Pajak merupakan variabel independen. Jenis penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan teknik pengambilan data purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Consumer Non Cyclicals dengan sub sektor Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2024. Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian adalah 13 perusahaan. Metode analisisnya menggunakan regresi berganda, uji F dan uji T dengan menggunakan Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan Komisaris Independen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Sales Growth berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan Penghindaran Pajak tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Komisaris Independen, Sales growth dan Penghindaran Pajak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini bermanfaat memberikan informasi bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui peran Komisaris Independen, Sales Growth, dan Penghindaran Pajak, serta menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi.

1. Pendahuluan

Sektor makanan dan minuman memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, mengingat permintaan pasar yang relatif stabil dari waktu ke waktu. Situasi ini menuntut perusahaan dalam sektor tersebut untuk senantiasa meningkatkan kinerja operasional dan keunggulan kompetitif guna mendorong peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi dan keyakinan investor terhadap kondisi kinerja serta potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan, yang umumnya dianalisis melalui indikator *Price to Book Value* (PBV). Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai estimasi harga yang pantas dibayarkan oleh calon investor apabila perusahaan diperdagangkan. Semakin tinggi nilai yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula tingkat kemakmuran yang dapat diperoleh pemegang saham. Dengan demikian, nilai perusahaan menjadi dasar pertimbangan utama bagi investor dalam menilai prospek dan menentukan keputusan investasi (Saragih & Tampubolon, 2023). Perbedaan pola PBV dalam setiap perusahaan mencerminkan karakteristik dan tantangan bisnis masing-masing. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), yang bergerak di sektor *consumer goods* dengan produk kebutuhan dasar, memiliki basis pasar yang kuat sehingga PBV lebih stabil dan tinggi. PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), meskipun berada dalam grup usaha yang sama, memiliki struktur bisnis yang lebih kompleks dan rentan terhadap fluktuasi biaya produksi, sehingga nilai PBV lebih rendah.

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (JPFA) di sisi lain berada pada sektor agrikultur dan makanan olahan, yang sensitif terhadap perubahan harga pakan dan permintaan pasar, sehingga PBV cenderung berfluktuasi tetapi masih menunjukkan ruang pertumbuhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Komisaris Independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga keberadaannya belum mampu memberikan pengaruh kuat. Padahal, secara teori komisaris independen berperan mendorong tata kelola yang baik dan mengawasi potensi konflik kepentingan. Sebagai mekanisme pengawasan internal yang paling utama, komisaris independen berperan dalam memonitor kebijakan yang diterapkan oleh manajemen. Teori keagenan menyatakan bahwa penambahan jumlah komisaris independen dapat memperkuat fungsi pengawasan, yang berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan (Saragih, A & Tampubolon, H, 2023). Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan penjualan atau *Sales Growth*. Rasio pertumbuhan penjualan menunjukkan perbandingan antara penjualan tahun ini dan penjualan tahun sebelumnya dalam bentuk

persentase kenaikan. Kecepatan pertumbuhan penjualan ini mempengaruhi kapasitas perusahaan untuk mempertahankan keuntungan dan untuk mendanai kesempatan-kesempatan yang akan datang (Adellya & Putri, 2023). Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang terus meningkat akan mengalami kenaikan pendapatan dan laba, yang mengarah pada peningkatan kewajiban pajak yang harus dibayar. Hal ini kemudian mempengaruhi pendapatan perusahaan, sekaligus berpotensi meningkatkan jumlah dividen yang akan dibagikan kepada pemegang saham seiring dengan pertumbuhan penjualan yang ada. (Romadhina & Andhitiyara, 2021). Penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) menjadi permasalahan yang sering menimbulkan ketegangan antara perusahaan dan pemerintah. Meskipun penghindaran pajak tidak dianggap sebagai pelanggaran hukum (legal), hal ini tetap tidak diinginkan oleh pemerintah karena tidak sesuai dengan kebijakan fiskal yang berlaku (Syafitri & Oktavianna, 2024). Penelitian ini menyatakan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Margie & Melinda (2024). Studi lain menunjukkan bahwa penghindaran pajak berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini seperti yang dijelaskan dalam penelitian oleh Syafitri & Oktavianna (2024).

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *Sales Growth*, *Green Accounting*, dan *Tax Avoidance* secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, apabila dilihat secara terpisah, hanya *Green Accounting* yang memiliki pengaruh yang signifikan, sementara *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Margie & Melinda (2024) dan Rahmah & Pratiwi (2024), yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak, pertumbuhan penjualan, dan *Good Corporate Governance* secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, penelitian lain juga menegaskan bahwa komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Laksana & Handayani, 2022). Teori sinyal menjelaskan tindakan yang diambil oleh pemberi sinyal (*signaler*) untuk memanipulasi perilaku penerima sinyal. Teori ini merupakan salah satu dasar untuk memahami manajemen keuangan, di mana manajemen memberikan sinyal mengenai perusahaan melalui berbagai aspek pengungkapan informasi keuangan yang dapat ditafsirkan oleh investor. Sinyal-sinyal ini dapat muncul dalam berbagai cara, baik yang dapat dilihat dengan segera maupun yang membutuhkan pemeriksaan lebih dekat untuk menentukannya (Ghozali, 2020). Selanjutnya, teori keagenan menjelaskan hubungan antara pemegang saham

sebagai prinsipal dan manajemen sebagai pelaksana tugas (agen). Pemegang saham mengontrak manajemen untuk mengelola perusahaan demi keuntungan para pemegang saham, di mana manajemen harus bertanggung jawab atas tugasnya kepada struktur kepemilikan. Hubungan keagenan adalah keterkaitan di mana pemilik perusahaan (prinsipal) mempercayakan pengelolaan perusahaan kepada manajer (agen), sesuai dengan kepentingan pemilik dengan memberikan beberapa kewenangan pengambilan keputusan kepada manajer. Namun, perbedaan kepentingan dan ketidakseimbangan informasi (*information asymmetry*) sering menimbulkan konflik keagenan yang dapat merugikan pemilik perusahaan (Sari & Saga, 2025). Nilai perusahaan, di sisi lain, adalah representasi dari semua sumber daya, kemampuan, reputasi, dan prospek keuangan perusahaan. Nilai ini penting bagi pemangku kepentingan, termasuk manajemen, pemegang saham, dan kreditur, yang berdampak pada keputusan mereka tentang investasi, pendanaan, dan strategi perusahaan. Nilai perusahaan dianggap penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang mampu mempengaruhi persepsi investor; nilai yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan dan dapat diartikan sebagai nilai pasar (Arum dkk, 2024). Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 33/POJK.04/2014, perusahaan publik wajib memiliki minimal satu komisaris independen jika jumlah dewan komisaris terdiri dari dua orang, dan jika lebih dari dua orang, maka setidaknya 30% dari jumlah dewan komisaris harus merupakan komisaris independen. Komisaris independen wajib berasal dari pihak luar perusahaan dan tidak memiliki keterkaitan keluarga, keuangan, maupun kepentingan bisnis dengan perusahaan.

Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) adalah indikator yang menggambarkan peningkatan pendapatan perusahaan dari penjualan produk atau jasa dalam suatu periode tertentu, mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di masa lalu dan menjadi dasar dalam memproyeksikan prospek pertumbuhan di masa depan (Manggale & Widyawati, 2021). Terakhir, penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) adalah usaha yang dilakukan oleh wajib pajak untuk mengurangi dan meniadakan utang pajak yang harus dibayar dengan cara yang legal, aman, dan tidak melanggar ketentuan perpajakan melalui kelemahan celah hukum undang-undang perpajakan. Meskipun secara hukum tidak terlarang, penghindaran pajak sering mendapatkan sorotan negatif dari kantor pajak karena dianggap memiliki konotasi negatif atau anggapan kurang nasionalis. Penghindaran pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena merupakan aktivitas yang menekan angka beban pajak yang dikeluarkan perusahaan. Melalui

penghindaran pajak, perusahaan dapat mengalihkan kekayaan yang dimiliki pemerintah menjadi milik investor, sehingga dapat meningkatkan laba bersih perusahaan yang berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan (Syafitri & Oktavianna, 2024).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode asosiatif. Penelitian Kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif bersifat deduktif dan objektif, serta digunakan untuk menguji teori melalui pengumpulan data numerik yang dianalisis menggunakan metode statistik. Penelitian ini mengacu pada teori-teori sebelumnya dan diuji secara empiris melalui data sekunder, guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditentukan. (Sugiyono, 2019). Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini, yaitu nilai perusahaan, sedangkan variabel independen pada penelitian ini, yaitu perencanaan pajak, kebijakan utang, dan struktur modal. Berikut adalah penjelasan dari variabel-variabel tersebut. (Sugiyono, 2019).

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan yang bergerak di sub-sektor *Food and Beverage* sebagai bagian dari sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024. Pemilihan sektor ini dilakukan karena karakteristik industrinya yang cenderung stabil serta relevan dalam menilai pengaruh Komisaris Independen, *Sales Growth* dan Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan. Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi (Sugiyono, 2019). Dalam kondisi di mana populasi sangat besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan karena keterbatasan waktu, tenaga, maupun biaya, maka peneliti menggunakan sampel sebagai representasi.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2023:296). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang diperoleh melalui dokumentasi dari laporan keuangan tahunan perusahaan, laporan tahunan (*annual report*), dan sumber lain yang tersedia secara publik di website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta situs resmi masing-masing perusahaan. Teknik analisis data merupakan aktivitas setelah data terkumpul. Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Dengan melihat kerangka pemikiran teoritis, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Teknik analisis data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia (Sugiyono, 2019).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Objek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor *Consumer Non-Cyclicals*, dengan sub sektor *Food and Beverage*, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada rentang waktu 2020 hingga 2024. Sub sektor ini terdiri dari perusahaan yang memproduksi barang-barang konsumsi harian seperti makanan dan minuman, yang permintaannya cenderung stabil terlepas dari kondisi ekonomi. Karakteristik tersebut menjadikan sub sektor ini menarik untuk diteliti, khususnya dalam mengkaji bagaimana tata kelola perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan kebijakan perpajakan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh Komisaris Independen, Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*), dan Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan analisis data menggunakan *software E-Views 12* sebagai alat bantu untuk memproses dan menguji data secara statistik.

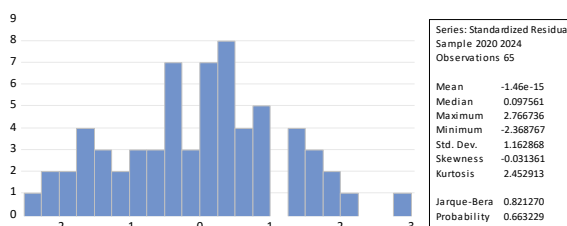
3.1.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan tahapan analisis yang mempunyai tujuan untuk menilai apakah data yang dipergunakan dalam penelitian memenuhi persyaratan dasar agar dapat dianalisis lebih lanjut dalam rangka pengujian hipotesis. Pengujian ini terdapat empat jenis uji, meliputi: Uji Normalitas, Uji

Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi, yang masing-masing hasilnya akan dijelaskan sebagai berikut:

3.1.2 Uji Normalitas

Normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Sebuah model regresi yang baik memiliki data yang terdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikan atau probabilitas: jika nilai probabilitas lebih besar dari 0.05, maka data dianggap terdistribusi normal. Namun, jika nilai probabilitas kurang dari 0.05, data dianggap tidak terdistribusi normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Dalam gambar 1 terlihat bahwa nilai probabilitas sebesar 0.663229, yang lebih besar dari 0.05, menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen memiliki distribusi yang normal.

3.1.3 Uji Multikolearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi yang kuat atau sempurna antar variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Model yang baik, menurut Ghazali (2021), seharusnya tidak memiliki masalah multikolinearitas. Deteksi masalah ini umumnya dilakukan dengan mengamati nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Model dianggap bebas multikolinearitas apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 (atau 10%).

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	KI	SG	PP
KI	1,000000	-0,042771	0,032651
SG	-0,042771	1,000000	0,200868
PP	0,032651	0,200868	1,000000

Berdasarkan hasil dari uji Multikolinearitas pada tabel 1, menunjukkan bahwa nilai korelasi pada masing-masing variabel independen Komisaris Independen (X1) terhadap *Sales Growth* (X2) sebesar $-0.0042771 < 10$, *Sales Growth* (X2) terhadap Penghindaran Pajak (X3) sebesar $0.2006868 < 10$, serta Komisaris Independen (X1) terhadap Penghindaran Pajak (X3) sebesar $0.032651 < 10$, maka H_0 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

independen tidak memiliki korelasi satu sama lain, yang berarti gejala multikolinearitas tidak terjadi.

3.1.4 Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varian residual berbeda antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya

heteroskedastisitas, dapat dilakukan Uji White dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: jika nilai probabilitas kurang dari 0.05, maka heteroskedastisitas terjadi; sebaliknya, jika nilai probabilitas lebih besar dari 0.05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas:

T
abel 2. Hasil uji Heterokedastisitas

Indikator	Nilai Statistik	Probabilitas
F-statistic	0,821498	0,5990
Obs*R-squared	7,702344	0,5644
Scaled explained SS	5,222181	0,8145

Pada Tabel 2, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai probabilitas Chi-kuadrat (Obs*R-Kuadrat) adalah 0.5644. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa model estimasi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

terjadi, hal ini menunjukkan adanya masalah yang disebabkan oleh hubungan antar observasi yang berurutan pada rentang waktu tertentu. Untuk memeriksa keberadaan autokorelasi, dapat dilihat dari nilai *Durbin-Watson* (DW). Jika nilai DW berada dalam rentang -2 hingga 2, maka tidak terdapat indikasi autokorelasi. Berikut ini disajikan hasil dari uji autokorelasi yang dilakukan:

3.1.5 Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ dalam model regresi linear. Apabila autokorelasi

Tabel 3. Hasil uji Autokorelasi

Indikator	Nilai
<i>R-squared</i>	0,132357
<i>Adjusted R-squared</i>	0,089686
<i>S.E. of regression</i>	0,561329
<i>F-statistic</i>	3,101811
<i>Prob(F-statistic)</i>	0,033102
<i>Mean dependent var</i>	0,591516
<i>S.D. dependent var</i>	0,588332
<i>Sum squared resid</i>	19,22053
<i>Durbin-Watson stat</i>	0,908632

Tabel 3 menunjukkan hasil uji autokorelasi dengan nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 0,908632, yang berada dalam kisaran -2 hingga +2. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan autokorelasi dalam model regresi yang dianalisis.

3.1.6 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Analisis pada penelitian ini dimanfaatkan guna melihat dampak Komisaris Independen, *Sales Growth* dan Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *Food and Beverage* yang tercatat di BEI pada periode 2020-2024.

Tabel 4. Hasil uji Autokorelasi

Keterangan	Nilai
<i>R-squared</i>	0,132357
<i>Adjusted R-squared</i>	0,089686
<i>S.E. of regression</i>	0,561329
<i>F-statistic</i>	3,101811
<i>Prob(F-statistic)</i>	0,033102
<i>Mean dependent var</i>	0,591516
<i>S.D. dependent var</i>	0,588332

<i>Sum squared resid</i>	19,22053
<i>Durbin-Watson stat</i>	0,908632

Tabel 4 menunjukkan hasil uji autokorelasi dengan nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 0,908632, yang berada dalam kisaran -2 hingga +2. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan autokorelasi dalam model regresi yang dianalisis.

3.1.7 Hasil Analisis Regresi Data Panel

Analisis pada penelitian ini dimanfaatkan guna melihat dampak Komisaris Independen, *Sales Growth* dan Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *Food and Beverage* yang tercatat di BEI pada periode 2020-2024.

Tabel 5. Hasil uji Autokorelasi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.220114	0.589243	5.464830	0.0000
KI	-2.180751	1.070219	-2.037668	0.0459
SG	-2.013688	0.873538	-2.305209	0.0246
PP	1.568986	1.521849	1.030974	0.3066
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		1.059492	0.7811	
Idiosyncratic random		0.560922	0.2189	

Pada tabel diatas yang menampilkan hasil regresi berganda pada penelitian ini dengan menerapkan *Random Effect Model* (REM). Persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 3.220114 - 2.180751 KI - 2.013688 SG + 1.568986 PP + 0.589243$$

3.1.8 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah konstanta dan variabel independen memiliki signifikansi pada persamaan, sehingga dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap nilai variabel dependen. Uji hipotesis merupakan prosedur yang akan menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak dan pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2019). Hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1) Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas (Komisaris Independen, *Sales Growth*, Penghindaran Pajak) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Nilai Perusahaan). Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam Uji F sebagai berikut: jika tingkat signifikansi probabilitas *F-statistic* > 0,05, maka artinya H0 diterima atau H0 ditolak, namun jika tingkat signifikansi probabilitas *F-statistic* < 0,05, maka artinya H0 ditolak atau H1 diterima. Berikut hasil uji F:

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Keterangan	Nilai
<i>R-squared</i>	0,132357
<i>Adjusted R-squared</i>	0,089686
<i>S.E. of regression</i>	0,561329
<i>F-statistic</i>	3,101811
<i>Prob(F-statistic)</i>	0,033102
<i>Mean dependent var</i>	0,591516
<i>S.D. dependent var</i>	0,588332
<i>Sum squared resid</i>	19,22053
<i>Durbin-Watson stat</i>	0,908632

Berdasarkan tabel 7 hasil uji F menunjukkan nilai *F-statistic* sebesar 3.101811 dengan tingkat signifikan atau nilai probabilitasnya sebesar 0.033102 yang artinya < 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Komisaris Independen, *Sales Growth*, Penghindaran pajak) berpengaruh signifikan secara simultan (bersamaan) dengan variabel dependen (Nilai Perusahaan).

2) Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T (Uji Parsial) digunakan untuk menguji signifikansi setiap variabel independen secara

individu terhadap variabel dependen, bertujuan mengetahui apakah setiap variabel bebas memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perubahan nilai variabel terikat. Menurut Ghazali (2018), kriteria pengambilan keputusannya adalah: jika probabilitas (*t-statistic*) < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial. Sebaliknya, jika probabilitas (*t-statistic*) > 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial.

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3,220114	0,589243	5,464830	0,0000
KI	-2,180751	1,070219	-2,037668	0,0459
SG	-2,013688	0,873538	-2,305209	0,0246
PP	1,568986	1,521849	1,030974	0,3066

Berdasarkan tabel 7 hasil uji t dapat disimpulkan bahwa:

- Komisaris Independen (X1) memiliki nilai *t-statistic* sebesar -2.037668 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0459 yang artinya nilai ini < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa Komisaris Independen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- Sales Growth* (X2) memiliki nilai *t-statistic* sebesar -2.305209 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0246 yang artinya nilai ini < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa *Sales Growth* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- Penghindaran Pajak (X3) memiliki nilai *t-statistic* sebesar 1.030974 dengan nilai probabilitas sebesar 0.3066 yang artinya nilai ini > 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa Penghindaran Pajak tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*), biasanya digunakan untuk melihat bagaimana kekuatan nilai variabel independen dalam menjelaskan nilai variasi variabel dependen, yang dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi. Nilai dari koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1 yang secara sistematis $0 < R^2 < 1$. Apabila R^2 nilainya mendekati 0 maka kontribusi dari seluruh variabel independen dengan variabel dependen sangat rendah dan cenderung terhubung lambat. Sedangkan apabila R^2 nilainya mendekati 1, maka kontribusi dari variabel independen dengan variabel dependen sangat tinggi dan cenderung terhubung kuat (Ghozali, 2018).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Indikator	Nilai
<i>R-squared</i>	0,132357
<i>Adjusted R-squared</i>	0,089686
<i>S.E. of regression</i>	0,561329
<i>F-statistic</i>	3,101811
<i>Prob(F-statistic)</i>	0,033102
<i>Durbin-Watson stat</i>	0,908632

Dari hasil Uji Koefisien tabel diatas terlihat bahwasanya nilai *R-square* sebanyak 0.132357. Nilai ini membuktikan bahwasanya variabel independen yang dipergunakan dalam model dapat menjelaskan 13.23% variasi variabel dependen. Sisanya sebanyak 86.77% disebabkan oleh pengaruh variabel lain di luar model yang tidak dipergunakan dalam penelitian ini.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi, nilai *F-statistic* yang diperoleh sebesar 3,101811 dengan nilai probabilitas 0,033102. Karena nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Komisaris Independen, *Sales Growth*, dan Penghindaran Pajak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* sub-sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Secara parsial, Komisaris Independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai *t-statistic* sebesar -2,037668 dan probabilitas 0,0459. Keberadaan komisaris independen yang memadai

mampu meningkatkan kualitas laporan keuangan dan pengawasan internal, sehingga meminimalisir peluang kecurangan dan meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini sejalan dengan penelitian Reski, Muhsin, & Syarbini (2024) yang menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, di mana investor semakin yakin akan efektivitas tata kelola perusahaan dengan adanya fungsi dewan independen (Laksana & Handayani, 2022). Selanjutnya, variabel *Sales Growth* juga berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai *t-statistic* sebesar -2,305209 dan probabilitas 0,0246. Pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan peningkatan pendapatan yang berpotensi menaikkan dividen dan harga saham, sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan (Rahmadini & Narti, 2023). Hasil ini didukung oleh penelitian Chelline, Joan, & Harman (2024) serta Arum dkk. (2023) yang menegaskan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, variabel Penghindaran Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, yang ditunjukkan oleh nilai *t-statistic* sebesar 1,030974

dengan probabilitas 0,3066 (lebih besar dari 0,05). Ketidaksignifikan ini mengindikasikan bahwa investor cenderung memandang praktik penghindaran pajak sebagai tindakan manipulasi manajemen yang dapat memicu masalah keagenan atau konflik antara manajer dan pemegang saham, sehingga menurunkan nilai perusahaan (Silvia & Yohanes, 2022). Hasil ini sejalan dengan temuan Angelina & Endah (2023) yang menyatakan bahwa penghindaran pajak secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, meskipun terdapat pandangan berbeda dari Sari & Saga (2025) yang menyatakan bahwa strategi pajak yang tepat dapat memberikan sinyal positif bagi investor.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Komisaris Independen, *Sales Growth*, dan Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* sub-sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020–2024. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan data sekunder dari 13 perusahaan sampel yang diolah melalui perangkat lunak EViews 12, penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan, Komisaris Independen, *Sales Growth*, dan Penghindaran Pajak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara parsial, hasil uji menunjukkan bahwa Komisaris Independen dan *Sales Growth* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sementara Penghindaran Pajak tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, penulis memberikan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya agar dapat mengembangkan hasil yang lebih komprehensif. Pertama, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menggunakan sektor industri yang berbeda guna menemukan faktor-faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan. Kedua, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperpanjang periode observasi menjadi 10 tahun untuk mendapatkan sampel yang lebih besar dan informasi yang lebih mutakhir. Terakhir, penelitian mendatang disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen dengan faktor lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, seperti Kebijakan Dividen, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, maupun Kepemilikan Institusional.

5. Daftar Pustaka

Adelyya, R., & Putri, N. (2023). Pengaruh debt to equity ratio, sales growth dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ikrah Ekonomika*, 6(2), 2654-7538.

- Alvernando, S. (2025). Pengaruh Penghindaran Pajak, Pertumbuhan Penjualan, Inovasi, dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Non-cyclical yang terdaftar di BEI periode 2020–2022/Sinto Alvernando/36229074/Pembimbing: Amelia Sandra.
- Apriliani, R., Muhsin, I., & Ikhsan, S. (2024). Pengaruh tax avoidance dan dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dewantara*, 8(2), 2549-9637.
- Arum, W., Hidayat, W. W., & Supardi, S. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. *Journal of Sharia Economics Scholar*, 2(2), 2302-6219.
- Bakhtiar, H. A., Nurlaela, S., & Hendra, K. (2020). Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, komite audit, dan nilai perusahaan. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 3(2), 136-142. <https://doi.org/10.26905/afr.v3i2.3927>.
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data* (3rd ed.). Wiley.
- Brahmana, C., Hutapea, J., & Malau, H. (2024). Pengaruh green accounting, sales growth dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 7(6), 2597-5234.
- Dewi, I., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan risiko bisnis terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(1), 85–110.
- Dianissa, R., & Asmara, R. (2025). Pengaruh ROE, sales growth dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 2797-7161.
- Ghozali, I. (2020). *Analisis multivariat dan ekonometri: Teori, konsep, dan aplikasi dengan EViews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliani, & Finatriani, N. K. A. (2023). Pengaruh sales growth, tax avoidance, dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Kharisma*, 5(2), 2685-6127.
- Khoeriyah, A. (2020). Pengaruh size, leverage, sales growth dan IOS terhadap nilai perusahaan. *Profita Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, 13(1), 2622-1950.

- Laksana, N., & Handayani, A. (2022). Pengaruh komisaris independen, kepemilikan manajerial dan komite audit terhadap nilai perusahaan dengan kualitas audit sebagai variabel moderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 5(2), 2656-7652.
- Masrullah, M., Mursalim, M., & Su'un, M. (2018). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Leverage Dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *SiMak*, 16(02), 142-165.
- Zef Arfiansyah, S. E., & Fin, M. A. (2020). Pengaruh penghindaran pajak dan risiko pajak terhadap nilai perusahaan dengan komisaris independen sebagai pemoderasi. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 4(2), 67-76.