



Pengaruh Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Iswah Fauziah, Ajimat

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

iswahfauziah1502@gmail.com, dosen00542@unpam.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penghindaran pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 128 perusahaan secara keseluruhan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling dan menghasilkan sebanyak 46 perusahaan yang memenuhi kriteria yang ditentukan. Setelah dilakukan pengujian data outlier, sebanyak 8 perusahaan dikeluarkan sehingga diperoleh sampel akhir sebanyak 38 perusahaan dengan total 190 data observasi selama lima tahun pengamatan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan software EViews 12. Teknik analisis yang digunakan meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi data panel, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel penghindaran pajak tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, penghindaran pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aktivitas penghindaran pajak belum mampu memengaruhi nilai perusahaan secara langsung di mata investor. Ukuran perusahaan yang semakin besar tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan yang stabil dapat meningkatkan kepercayaan pihak investor terhadap prospek dan kinerja finansial perusahaan sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Kata kunci: Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan.

Abstract

This study aims to analyze the effect of tax avoidance, company size, and sales growth on firm value in Consumer Non-Cyclicals sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2020–2024 period. This study uses a quantitative approach with an associative research type. The population in this study totaled 128 companies in total. Sampling was carried out using a purposive sampling method and resulted in 46 companies that met the specified criteria. After testing for outliers, 8 companies were excluded, resulting in a final sample of 38 companies with a total of 190 observation data over five years of observation. Data analysis was performed using panel data regression with the help of EViews 12 software. The analysis techniques used included descriptive statistics, classical assumption tests, panel data regression analysis, and hypothesis testing. The results showed that the tax avoidance variable had no effect on firm value. Firm size had a negative and significant effect on firm value, while sales growth had a positive and significant effect on firm value. Simultaneously, tax avoidance, firm size, and sales growth had a significant effect on firm value. These results indicate that tax avoidance activities have not directly affected a company's value in the eyes of investors. Increasing company size does not always increase company value, while stable sales growth can increase investor confidence in the company's prospects and financial performance, thus driving sustainable increases in firm value.

Keywords: Tax Avoidance, Firm Size, Sales Growth, Firm Value.

1. Pendahuluan

Perpajakan merupakan salah satu instrumen penting bagi pemerintah dalam menghimpun penerimaan negara yang selanjutnya digunakan untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Pajak merupakan kontribusi wajib dari individu maupun badan usaha yang bersifat memaksa berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan. Penghindaran pajak ini kerap menjadi isu kontroversial antara otoritas pajak dan pelaku usaha, karena meskipun tidak melanggar hukum, tindakan tersebut dapat memengaruhi penerimaan negara (Sutedi, 2022).

Menurut (Sari & Ajimat, 2023) perusahaan menjadi satu diantara pihak yang menyumbang kontribusi besar terhadap pendapatan pajak negara. Akan tetapi, berlandaskan perspektif perusahaan, pajak dinilai sebagai sebuah kewajiban yang mampu menurunkan besaran keuntungan yang diciptakan. Oleh karena itu, perusahaan berupaya melakukan berbagai strategi perencanaan pajak, salah satunya melalui penghindaran pajak. Kondisi tersebut menjadikan penghindaran pajak sebagai isu yang menarik karena di satu sisi dapat meningkatkan efisiensi perusahaan, tetapi di sisi lain dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan.

Fenomena peningkatan nilai perusahaan terlihat pada PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk pada tahun 2025. Perusahaan ini mencatatkan kenaikan laba sebesar 23% pada kuartal I 2025 yang disertai dengan pertumbuhan pendapatan. Kinerja tersebut turut direspons positif oleh pasar, yang tercermin dari kenaikan harga saham menjadi Rp394 per saham dengan penguatan harian sebesar 4,79% (IDN Financials, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa perbaikan kinerja keuangan dapat diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan melalui kenaikan harga saham dan dipengaruhi oleh respon pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan bisa mengalami kenaikan atau penurunan dimana salah satunya adalah penghindaran pajak, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Penelitian terdahulu menunjukkan masih memberikan hasil yang beragam. Penelitian (Palupi & Susilowati, 2025) dan (Manurung & Simbolon, 2020) menemukan bahwa penghindaran pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, melainkan dengan penelitian (Wella. S. & Hartanti. E., 2022) menemukan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Indriaty et al., 2024) dan (Aprianti & Dermawan, 2024) menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian oleh (Ramadhani et al., 2025) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Fauziah & Siarwi, 2026) dan (Maharani et al., 2024) menunjukan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian oleh (William & Ardiansyah, 2023) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan yang perlu diuji kembali pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menguji pengaruh penghindaran pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan selama periode 2020–2024. Penggunaan objek dan periode tersebut diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih relevan mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

Teori Sinyal

Teori sinyal atau *signaling theory* adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Qotimah & Kalangi, 2023). Teori ini memberikan penjelasan mengenai alasan perusahaan memiliki dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan untuk pihak eksternal. Dorongan untuk menyampaikan atau memberikan informasi terkait laporan keuangan untuk pihak eksternal dilandasi pada terdapatnya asimetri informasi antar manajemen perusahaan dan pihak eksternal (Marentek et al., 2022).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan, khususnya perusahaan yang telah go public. Menurut (Damayanti & Sucipto, 2022) nilai perusahaan berkaitan dengan harga saham dan valuasi perusahaan di pasar, sehingga semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang mencerminkan kesejahteraan pemegang saham.

Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah upaya memanipulasi penghasilan secara legal sesuai ketentuan perundang-undangan perpajakan yang dilakukan dengan cara melakukan efisiensi terhadap pembayaran pajak terutang (Puri & Wijayanti, 2021).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu indikator signifikan dalam menentukan kemampuan bersaing dan keberlanjutan perusahaan. Menurut (Habu & Darma, 2022) ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah aset dan tingkat penjualannya. Perusahaan dengan skala besar umumnya

memiliki akses lebih baik terhadap berbagai sumber daya, baik dari segi finansial maupun nonfinansial, yang berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan (Ramadhani et al., 2025).

Pertumbuhan Penjualan

Menurut (Wibowo & Ardiansyah, 2023) pertumbuhan penjualan dapat diartikan sebagai kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun, pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.

2. Metode Penelitian

Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024. Populasi penelitian terdiri dari 128 perusahaan. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, sehingga diperoleh 46 perusahaan. Setelah dilakukan pemeriksaan *outlier*, sebanyak 8 perusahaan dikeluarkan sehingga sampel akhir terdiri dari 38 perusahaan dengan 190 observasi. Pengolahan data dilakukan menggunakan *EViews 12*. Variabel penelitian terdiri atas nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta penghindaran pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen. Adapun pengukuran variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Operasional Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Jenis Variabel	Indikator Pengukuran	Skala
1	Nilai Perusahaan	Variabel Dependen	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per lembar Saham}}$	Rasio
2	Penghindaran Pajak	Variabel Independen	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$	Rasio
3	Ukuran Perusahaan	Variabel Independen	Ukuran Perusahaan (size) = Ln (Total Aset)	Rasio
4	Pertumbuhan Penjualan	Variabel Independen	$Sales\ Growth = \frac{St - St_{-1}}{St_{-1}} \times 100\%$	Rasio

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Sebelum dilaksanakannya pengujian mendalam, data diperiksa untuk mengidentifikasi observasi yang bersifat ekstrem (*outlier*). Pengujian *outlier* merupakan tahap penyaringan data yang dapat dilakukan sebelum analisis regresi untuk mengurangi pengaruh nilai ekstrem yang berpotensi memengaruhi hasil estimasi. Menurut (Ghozali, 2018), *outlier* ialah kasus data yang memuat karakteristik atau nilai yang berbeda secara signifikan dibandingkan mayoritas data lain, sehingga mampu memengaruhi temuan analisa statistik. Oleh karenanya, keberadaan *outlier* perlu diidentifikasi dan ditangani guna memastikan keakuratan temuan serta dapat dimanfaatkan sebagai landasan pada penggambaran keadaan sebenarnya.

Berdasarkan hasil pengujian *outlier*, terdapat 8 perusahaan yang mempunyai data ekstrem sehingga dikeluarkan dari sampel pengkajian. Oleh karenanya, total sampel akhir yang diadopsi menjadi 38 perusahaan. Karena periode penelitian berlangsung lima tahun, total data observasi yang dimanfaatkan pada pengkajian ini jumlahnya 190 data. Berdasarkan hasil pemeriksaan terhadap data penelitian, terdapat 8 perusahaan yang dikeluarkan dari sampel sehingga diperoleh 38 perusahaan atau 190 observasi sebagai sampel akhir.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, dilakukan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian. Selanjutnya dilakukan estimasi tiga model regresi data panel, yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model dilakukan melalui

Uji *Chow* untuk memilih CEM atau FEM, Uji *Hausman* untuk memilih FEM atau REM, serta Uji *Lagrange Multiplier* untuk memilih CEM atau REM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa REM merupakan model yang paling sesuai digunakan dalam penelitian. Tahap selanjutnya dilakukan pengujian asumsi yang diperlukan, analisis regresi data panel, serta uji hipotesis melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (Adjusted R²).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Statistik Deskriptif

Tabel 3.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Mean	2.183423	235335,3	29.56921	0.091158
Median	1.558645	221543,5	29.54269	0.080000
Maximum	9.793881	665591,0	32.93787	0.520000
Minimum	0.244274	32015,00	26.94798	-0.400000
Std. Dev.	1.752057	69191,94	1.533044	0.146073
Skewness	1.490922	3.083855	0.280192	0.313243
Kurtosis	5.792972	18.75302	2.028633	3.860138
Jarque-Bera Probability	132.1457 0.000000	2265.737 0.000000	9.955875 0.006888	8.964209 0.011310
Sum	414.8504	44713715	5618.149	17.32000
Sum Sq. Dev.	580.1738	9.05E+11	444.1921	4.032745
Observations	190	190	190	190

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 3.1 hasil statistik deskriptif, variabel (Y) nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,244274 dan nilai maksimum sebesar 9,793881. Nilai rata-rata (mean) variabel nilai perusahaan sebesar 2,183423, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 1,752057 selama periode penelitian tahun 2020–2024.

Variabel (X1) penghindaran pajak memiliki nilai minimum sebesar 32015,00 dan nilai maksimum sebesar 665591,0. Nilai rata-rata (mean) variabel penghindaran pajak sebesar 235335,3, dengan nilai standar deviasi sebesar 69191,94 selama periode penelitian tahun 2020–2024.

Variabel (X2) ukuran perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 26,94798 dan nilai maksimum sebesar 32,93787. Nilai rata-rata (mean) sebesar 29,56921, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 1,533044 selama periode penelitian tahun 2020–2024.

Variabel (X3) pertumbuhan penjualan memiliki nilai minimum sebesar -0,400000 dan nilai maksimum sebesar 0,520000. Nilai rata-rata (mean) sebesar 0,091158, sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 0,146073 selama periode penelitian tahun 2020–2024.

3.2. Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

Tabel 3.2 Hasil Kesimpulan Model

Keterangan	Nilai Probabilitas	Model yang Terpilih
Uji <i>Chow</i>	0,0000	<i>Fixed Effect Model</i>
Uji <i>Hausman</i>	0,1623	<i>Random Effect Model</i>
Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	0,0000	<i>Random Effect Model</i>

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 3.2, penentuan model terbaik dalam analisis regresi data panel dilakukan dengan menggunakan Uji *Chow*, Uji *Hausman*, dan Uji *Lagrange Multiplier*. Hasil Uji *Chow* memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,0000, lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga *Fixed Effect Model* (FEM) menjadi model yang lebih tepat dibandingkan *Common Effect Model* (CEM). Namun, hasil Uji *Hausman* memperoleh nilai probabilitas sebesar 0,1623, yang lebih besar dari 0,05, sehingga *Random Effect Model* (REM) dinilai lebih sesuai

dibandingkan FEM. Selanjutnya, hasil Uji *Lagrange Multiplier* menunjukkan nilai probabilitas sebesar $0,0000 < 0,05$, yang semakin memperkuat pemilihan REM dibandingkan CEM. Dengan demikian, berdasarkan keseluruhan hasil pengujian tersebut, *Random Effect Model* (REM) ditetapkan sebagai model yang digunakan dalam penelitian ini.

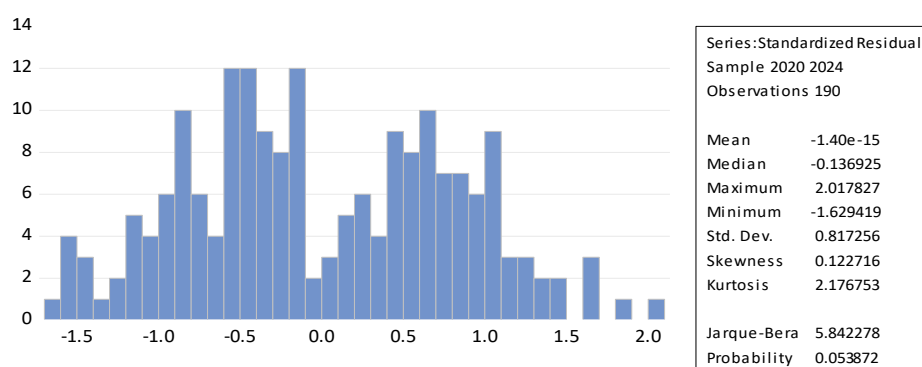
3.3. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi data panel, pengujian asumsi klasik tidak selalu dilakukan pada setiap model. Hal tersebut bergantung pada model regresi data panel yang terpilih. Berdasarkan hasil pengujian pemilihan model yang telah dilakukan sebelumnya, model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM).

Menurut (Basuki & Prawoto, 2016) *Random Effect Model* (REM) merupakan model regresi data panel yang diestimasi menggunakan metode *Generalized Least Squares* (GLS) atau dikenal juga sebagai *Error Component Model* (ECM). Melalui pendekatan tersebut, perbedaan karakteristik antarperusahaan diakomodasi melalui komponen error sehingga model memiliki keunggulan dalam mengatasi permasalahan heteroskedastisitas.

Selain itu, (Gujarati & Porter, 2009) menjelaskan bahwa pada metode *Generalized Least Squares* (GLS), parameter autokorelasi telah dimasukkan ke dalam proses estimasi, berbeda dengan *Ordinary Least Squares* (OLS) yang mengabaikan parameter tersebut. Oleh karena itu, GLS mampu menghasilkan estimator yang lebih efisien sebagai *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dibandingkan OLS ketika terdapat autokorelasi. Sehingga pada penelitian ini hanya melakukan pengujian berikut:

Gambar 3.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas dalam gambar 3.1 menunjukkan data yang diamati terdistribusi secara normal, yang ditunjukkan oleh nilai probability 0,053872 atau lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.201045	385.6631	NA
X1	0.621780	12.00841	1.001684
X2	0.001342	377.7344	1.007314
X3	0.147558	1.399163	1.005625

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dalam tabel 3.3 menunjukkan bahwa nilai Centered VIF untuk variabel Penghindaran Pajak (X1) sebesar 1,001684, Ukuran Perusahaan (X2) sebesar 1,007314, dan Pertumbuhan Penjualan (X3) sebesar 1,005625. Seluruh nilai VIF tersebut berada di bawah batas ketentuan sebesar 10. Dengan demikian, tidak mengalami gejala multikolinearitas.

3.4. Analisis Regresi Data Panel

Tabel 3.4 Analisis Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.407288	1.974181	2.232464	0.0268
X1	7.57E-07	4.15E-07	1.825275	0.0696
X2	-0.140503	0.066437	-2.114836	0.0358
X3	0.425789	0.145816	2.920051	0.0039

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

$$\text{LOG_Y} = 4,407288 + 7,57\text{E-}07 \text{ X1} - 0,140503 \text{ X2} + 0,425789 \text{ X3}$$

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dalam tabel 3.4 persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan:

Konstanta (C) sebesar 4,407288 menunjukkan bahwa apabila variabel Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai perusahaan diperkirakan sebesar 4,407288.

Koefisien Penghindaran Pajak (X1) sebesar 7,57E-07 menunjukkan adanya hubungan positif antara penghindaran pajak dan nilai perusahaan. Artinya, setiap peningkatan penghindaran pajak sebesar satu satuan akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 7,57E-07 atau 0,000000757 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap dan sebaliknya.

Koefisien Ukuran Perusahaan (X2) sebesar -0,140503 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti setiap kenaikan ukuran perusahaan sebesar satu satuan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,140503 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap dan sebaliknya.

Koefisien Pertumbuhan Penjualan (X3) sebesar 0,425789 menunjukkan adanya hubungan positif antara pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan. Artinya, setiap peningkatan pertumbuhan penjualan sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,425789 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap dan sebaliknya.

3.4. Uji Hipotesis

Tabel 3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Root MSE	0.257406	R-squared	0.078999
Mean dependent var	0.074471	Adjusted R-squared	0.064144
S.D. dependent var	0.268927	S.E. of regression	0.260159
Sum squared resid	12.58901	F-statistic	5.318039
Durbin-Watson stat	1.091123	Prob(F-statistic)	0.001543

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dalam tabel 3.5 menunjukkan nilai Adjusted R-squared sebesar 0,064144. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan mampu menjelaskan variasi Nilai Perusahaan sebesar 0,064144 atau senilai 6,41%. Sementara itu, sebesar 93,59% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 3.6 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.407288	1.974181	2.232464	0.0268
X1	7.57E-07	4.15E-07	1.825275	0.0696
X2	-0.140503	0.066437	-2.114836	0.0358
X3	0.425789	0.145816	2.920051	0.0039

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji parsial dalam tabel 3.6 penghindaran pajak menunjukkan nilai probabilitas sebesar $0,0696 > 0,05$, sehingga penghindaran pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, ukuran perusahaan memperoleh nilai probabilitas sebesar $0,0358 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, pertumbuhan penjualan memiliki nilai probabilitas sebesar $0,0039 < 0,05$, sehingga pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 3.7 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Root MSE	0.257406	R-squared	0.078999
Mean dependent var	0.074471	Adjusted R-squared	0.064144
S.D. dependent var	0.268927	S.E. of regression	0.260159
Sum squared resid	12.58901	F-statistic	5.318039
Durbin-Watson stat	1.091123	Prob(F-statistic)	0.001543

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji simultan dalam table 3.7 diperoleh nilai Prob. F-Statistik sebesar 0,001543. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,001543 < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

3.5. Pembahasan

Pengaruh Penghindaran Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai probabilitas $0,0696 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya penghindaran pajak belum menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, pertumbuhan, serta keberlanjutan usaha dibandingkan kebijakan perpajakan yang diterapkan.

Teori sinyal memaparkan bahwasannya informasi yang perusahaan sampaikan terhadap pihak eksternal mampu dijadikan sinyal yang digunakan investor pada penilaian prospek perusahaan. Praktik penghindaran pajak semestinya dapat dijadikan sinyal mengenai kemampuan perusahaan dalam melangsungkan efisiensi beban pajak sehingga dapat mendorong peningkatan keuntungan Perusahaan. Temuan ini sejalan dengan (Wella. S. & Hartanti. E., 2022) yang menemukan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai probabilitas $0,0358 < 0,05$. Koefisien regresi sebesar $-0,140503$ memperlihatkan bahwasannya pengaruh yang diberikan sifatnya negative, menunjukkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan justru diikuti penurunan nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa besarnya aset yang dimiliki perusahaan tidak secara otomatis meningkatkan penilaian investor. Temuan terkait memperlihatkan bahwasannya kian besar ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan justru menurun. Investor tidak hanya mempertimbangkan jumlah aset, tetapi juga kemampuan manajemen dalam mengelola aset tersebut secara efektif untuk menghasilkan kinerja dan laba.

Hasil ini memberikan gambaran bahwa ukuran perusahaan yang besar belum tentu menjadi sinyal positif sebagaimana dijelaskan dalam teori sinyal. Apabila peningkatan aset tidak diikuti peningkatan profitabilitas dan efisiensi operasional, investor dapat menilai bahwa aset perusahaan belum dimanfaatkan secara optimal. Perusahaan dengan aset yang besar juga cenderung memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks sehingga dapat meningkatkan beban pengelolaan dan risiko bisnis. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aprianti & Dermawan, 2024) menjelaskan bahwasannya secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh atas Nilai Perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai probabilitas $0,0039 < 0,05$. Koefisien regresi sebesar $0,425789$ memperlihatkan bahwa pengaruh yang diberikan bersifat

positif, menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini memperlihatkan bahwasannya peningkatan pertumbuhan penjualan turut diikuti oleh perkembangan nilai perusahaan. Pertumbuhan Penjualan memperlihatkan kecakapan perusahaan pada peningkatan pendapatan serta perluasan target pasar. Kian tingginya tingkatan pertumbuhan penjualan, kian besar pula peluang perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih baik di masa depan.

Hasil tersebut mendukung teori sinyal karena pertumbuhan penjualan dapat menjadi informasi positif mengenai prospek perusahaan di masa mendatang. Semakin baik pertumbuhan penjualan, semakin besar indikasi kemampuan perusahaan untuk berkembang dan menghasilkan pendapatan, sehingga dapat meningkatkan minat investor dan nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Maharani et al., 2024) yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Berlandaskan temuan penelitian pada uji F didapatkan nilai Prob. F-Statistik sebesar 0,001543. Nilai terkait lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,001543 < 0,05$). Oleh karenanya, dikatakan bahwasannya Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, serta Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh atas Nilai Perusahaan. Temuan ini selaras atas temuan (Palupi & Susilowati, 2025) memaparkan bahwasannya penghindaran pajak berpengaruh simultan serta signifikan atas nilai perusahaan. Temuan (Indriaty et al., 2024) memaparkan bahwasannya ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan serta signifikan atas nilai perusahaan. Berlandaskan temuan (Fauziyah & Siarwi, 2026) menunjukan bahwasannya pertumbuhan penjualan berpengaruh simultan atas nilai perusahaan.

Penghindaran pajak dapat memberikan manfaat melalui efisiensi beban pajak, tetapi juga dapat menimbulkan risiko apabila dipersepsikan sebagai tindakan yang tidak sesuai ketentuan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan ketersediaan sumber daya yang lebih banyak, tetapi tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan karena efektivitas pengelolaan aset tetap menjadi pertimbangan investor. Sementara itu, pertumbuhan penjualan yang meningkat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dan prospek usaha sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor. Sejalan dengan teori sinyal, informasi mengenai penghindaran pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai kondisi dan prospek perusahaan. Sinyal positif dapat meningkatkan kepercayaan dan minat investasi yang pada akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, penelitian mengenai pengaruh penghindaran pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024 menghasilkan beberapa temuan. Secara parsial, penghindaran pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, penghindaran pajak, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Referensi

1. Aprianti, F., & Dermawan, S. E. (2024). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Paradigma Akuntansi*, (Vol. 6 No. 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jpa.v6i2.29894>
2. Basuki, T. A., & Prawoto, N. (2016). *ANALISIS REGRESI DALAM PENELITIAN EKONOMI DAN BISNIS*. PT Raja Grafindo Persada.
3. Damayanti, R., & Sucipto, A. (2022). THE EFFECT OF PROFITABILITY, LIQUIDITY, AND LEVERAGE ON FIRM VALUE WITH DIVIDEND POLICY AS INTERVENING VARIABLE (Case Study on Finance Sector In Indonesian Stock Exchange 2016-2020 Period). *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 6. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
4. Fauziyah, N., & Siarwi. (2026). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Beban Pajak Tangguhan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan*. Vol. 3 No. 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jemba.v3i1.2149>
5. Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. In Semarang: Undip: Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
6. Gujarati, N. , D., & Porter, C. , D. (2009). *Basic Econometrics (5th Edition)*. Douglas Reiner.

7. Habu, selfiana, M., & Darma, S. S. (2022). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, NILAI PERUSAHAAN SALES GROWHT TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK DENGAN TRANSPARANSI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Mizania: Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2 (2), 214–229. <https://doi.org/https://doi.org/10.47776/mizania.v2i2.520>
8. IDN Financials. (2025, April 29). *Laba GOOD Rp158,42 miliar, menguat 23%*. <https://www.idnfinancials.com/id/news/54140/Laba-Good-Rp158-42-Miliar-Menguat-23> <Diakses Pada 3 Mei 2026 .
9. Indriaty, L., Reiman, P., & Thomas, G. N. (2024). Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 220–232. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307>
10. Maharani, B., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). Pengaruh Sales Growth, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 828–842. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2331>
11. Manurung, L. V., & Simbolon, R. , M. (2020). PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN PENGHINDARAN PAJAK TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, Vol 3 No 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.58303/jtimb.v3i2.2447>
12. Marentek, E. E., Ilat, V., & Tinangon, J. (2022). Pengaruh Asimetri Informasi, Kesesuaian Kompensasi, Moralitas Pimpinan dan Efektivitas Pengendalian Internal Terhadap Kecenderungan Kecurangan Akuntansi (Studi Empiris Pada Pegawai Badan Keuangan dan Aset Daerah Provinsi Sulawesi Utara). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "GOODWILL"*, 13(2), 150–163.
13. Palupi, A., & Susilowati, L. (2025). Pengaruh Perencanaan Pajak, Penghindaran Pajak, dan Prudence Accounting terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Asuransi. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(3), 1187–1198. <https://doi.org/https://doi.org/10.37481/jmeh.v5i3.1397>
14. Puri, A. P., & Wijayanti, A. R. (2021). PENGARUH PENGHINDARAN PAJAK DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEL. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3).
15. Qotimah, K., & Kalangi, L. (2023). The Effect Of Fundamental Analysis On Investment Return In Second Liner Share In The Energy Sector For The 2019-2022 Period Listed On The Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 12–26. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.48797>
16. Ramadhani, S., Permata, L. T., & Putri, A. U. (2025). Pengaruh Struktur Modal Dalam Memoderasi Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(1), 276–288. <https://doi.org/10.47065/jbe.v6i1.7046>
17. Sari, L. N., & Ajimat. (2023). Pengaruh Capital Intensity, Inventory Intensity, dan Leverage terhadap Tax Avoidance. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(4), 279–285. <https://doi.org/10.54259/akua.v2i4.1953>
18. Sutedi, A. (2022). Hukum Pajak. Sinar Grafika.
19. Wella. S., & Hartanti. E. (2022). Pengaruh Penghindaran Pajak, Kinerja Keuangan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(4). <https://alumni.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/id/article/view/1643>
20. Wibowo, W., & Ardiansyah, A. (2023). Pengaruh Leverage, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 5(4), 1825–1834. <https://doi.org/10.24912/jpa.v5i4.26635>