



## Pengaruh Ukuran Perusahaan, Beban Pajak Tangguhan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Nur Fauziyah

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Siarwi

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

Alamat: Jalan Surya Kencana No 1 Pamulang Tangerang Selatan  
fauziyah200205@gmail.com, dosen01752@unpam.ac.id

**Abstrak.** This study aims to determine how much influence Size, Deferred Tax Expenses and Sales Growth have on Corporate Value. This research method is a quantitative study with a population of 125 consumer non- cyclicals listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2023. The sample selection method used was purposive sampling and a sample of 21 companies was obtained with 105 observations of data. The analytical method used is the multiple linear regression analysis model with the help of the Eviews 12 program. Simultaneous balance sheet research results state that size, deferred tax expense and sales growth have an effect on firm value. Partial research results state that size and expenses deferred tax has no effect on firm value while sales growth have an effect on company value

**Keywords:** size, Deferred Tax Expenses and Sales Growth, Company Value.

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Ukuran Perusahaan, Beban Pajak Tangguhan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi sebanyak 125 perusahaan sub sektor *consumer non- cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan diperoleh sampel 21 perusahaan dengan observasi sebanyak 105 data. Metode analisis yang digunakan yaitu model analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *Eviews* 12. Hasil penelitian secara simultan menyatakan bahwa ukuran perusahaan, Beban Pajak Tangguhan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. hasil penelitian secara parsial menyatakan bahwa ukuran perusahaan dan Beban Pajak Tangguhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

**Kata Kunci:** Ukuran Perusahaan, Beban Pajak Tangguhan dan Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan

### PENDAHULUAN

Nilai perusahaan umumnya bergantung pada apa yang diperkirakan investor terhadap perusahaan tersebut tentang seberapa sukses perusahaan tersebut. Nilai ini dapat ditunjukkan dalam harga saham perusahaan, jika harga saham tinggi, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut (Emerentiana Asti Areta, 2024). Setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilainya setiap waktu, dimana nilai perusahaan ditentukan oleh harga pasar sahamnya. Jika nilainya meningkat, maka kesejahteraan pemegang saham akan meningkat, yang ditunjukkan oleh *return* saham bagi investor dan peningkatan kemakmuran investor tersebut, sehingga dapat menarik investor lain untuk berinvestasi di perusahaan, dimana hal ini dapat memicu kemampuan untuk meningkatkan nilai saham perusahaan.

Pajak memainkan peran penting dalam kehidupan terutama dalam hal pembangunan. Pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai seluruh kepentingan negara, selain itu pajak sebagai instrumen kebijakan moneter dan pengendalian kehidupan, namun bagi perusahaan pajak juga bisa menjadi beban karena pajak akan mengurangi keuntungan bersih perusahaan sehingga dalam rangka

meningkatkan efisiensi daya saing maka manajer wajib menekan beban pajak seoptimal mungkin (Gurning & Rakhmawati Oktavianna2, 2022).

Perkonomian Indonesia terus tumbuh sejalan dengan perkembangan ekonomi global. Fenomena ini ditandai dengan meningkatnya jumlah perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya (Khairunnisa Rosyadah, 2024). Pertumbuhan ekonomi ini ditandai dengan banyaknya sektor di Indonesia salah satunya yaitu sektor *consumer non-cyclicals*. *consumer non-cyclicals* merupakan salah satu sektor bagian yang tercantum dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor ini memproduksi produk dan jasa untuk konsumen yang bersifat primer atau dasar, seperti produk makanan dan minuman, ritel, dan produk rumah tangga. Dilansir dari ([www.kontan.co.id,2023](http://www.kontan.co.id,2023)) perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* melesat sebesar 5,31% mencapai level yang tertinggi dan menjadi kontributor utama dari lonjakan Produk Domestik Bruto (PDB). Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* memberikan kontribusi 51,87% terhadap perekonomian Indonesia. Konsumsi rumah tangga pada tahun 2022 meningkat sebesar 4,93%, melampaui peningkatan sebesar 2,02% pada tahun 2021 dan menurun sebesar-2,63% pada tahun 2020.

Fenomena terkait nilai perusahaan yang terjadi pada sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat pada Bursa Efek Indonesiaia (BEI) antara tahun 2019-2023. Yaitu salah satunya pada PT. Unilever Indonesiai Tbk. (UNVR). PT. Unilever Indonesiai Tbk. (UNVR) mengalami penurunan harga saham dalam satu tahun terakhir sebesar 51,56%, Pada penjualan hari jumat ( 17/9/2021), sahamnya naik 1,25% menjadi Rp 3.960 per unit. Penurunan ini disebabkan oleh adanya pemecahan saham yang terjadi pada 6 Januari 2020, di mana UNVR membagi nilai saham dengan rasio 1 : 5. Sebelum adanya pemecahan, harga saham pada UNVR sebesar Rp 8.475 per unit, dan setelah dilakukan pemecahan saham terjadi penurunan tajam karena harganya turun di bawah Rp 4.000 per unit. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dikenal konsisten melaporkan laba dan membagikan dividen. Seringkali seluruh laba bersih diberikan sebagai dividen, yang menunjukkan manajemen terlihat kurang tertarik pada ekspansi ([www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)). Penurunan harga saham UNVR seharusnya menjadi perhatian khusus. Penurunan harga saham dapat mengubah perspektif investor, membuat mereka lebih berhati-hati saat mengevaluasi prospek jangka pendek perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu ukuran perusahaan, beban pajak tangguhan, dan pertumbuhan penjualan. Nilai perusahaan mencerminkan seberapa besar kepercayaan investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan di masa depan. Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, yang biasanya diukur melalui total aset, pendapatan, atau kapitalisasi pasar. Perusahaan dengan ukuran besar umumnya dianggap lebih stabil dan memiliki daya saing yang kuat, sehingga cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Ukuran yang besar juga memberi kemudahan dalam mengakses pembiayaan, menekan biaya produksi melalui skala ekonomi, dan memperkuat posisi tawar di pasar. Oleh karena itu, semakin besar ukuran perusahaan, maka potensi untuk meningkatkan nilai perusahaan juga semakin besar, meskipun tetap bergantung pada efisiensi pengelolaan dan strategi bisnis yang dijalankan. Adanya ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata tingkat total aktiva perusahaan. Sehingga perusahaan yang lebih besar dapat melakukan akses ke pasar modal dalam memperoleh pendanaan lebih mudah (Agustin & Wahyuni, 2020).

Penelitian (Elisa & Amanah, 2021) menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai

perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian (Fajriah et al., 2022) yang menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori dan hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sebaliknya penelitian (Anggrarenii, 2022) menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori, meskipun hasilnya menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian (Sari et al., 2023) menemukan hasil yang sama meskipun tidak menjelaskan secara spesifik teori yang digunakan. Meskipun penelitian-penelitian tersebut menggunakan landasan teori yang berbeda, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya konsistensi temuan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan temuan empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Selain ukuran perusahaan, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh beban pajak tangguhan. Menurut (Gurning & Rakhmawati Oktavianna, 2022) Beban pajak tangguhan adalah beban yang muncul karena adanya perbedaan sementara antara laba akuntansi (laba yang tercatat dalam laporan keuangan untuk pihak eksternal) dengan laba fiskal (laba yang digunakan sebagai dasar perhitungan pajak). Selain itu dalam (sanulika aris, 2024) beban pajak tangguhan berarti pajak yang bisa dikurangi dengan sisa kerugian yang bisa diperoleh kembali. Ini terjadi karena perbandingan awal yang harus dibayar atau dibalikkan pada tahun selanjutnya. Beban pajak tangguhan dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu dengan cara membuat penggunaan aset lebih efisien dan mengurangi biaya pajak, sehingga meningkatkan keuntungan serta kemampuan perusahaan untuk memberikan pengembaliannya berupa dividen kepada para pemegang saham. Beban pajak tangguhan penting karena memberikan gambaran yang lebih jujur tentang kondisi keuangan perusahaan. Selain itu, beban pajak tangguhan juga membantu mencegah perusahaan menyesatkan pihak-pihak yang berkepentingan dengan hanya menampilkan keuntungan tanpa menimbulkan dampak pajak di masa depan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Safitri & Safii, 2022) menunjukkan bahwa beban pajak tangguhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penelitian ini menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wilujeng & Anggraini, 2024) yang menunjukkan hasil yang sama dan menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori.

Sebaliknya penelitian (Septiriana & Wulandari, 2025) menunjukkan hasil beban pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada penelitian ini menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Widiyati & Lukmana, 2024) memperoleh hasil yang sama meskipun menggunakan teori yang berbeda sebagai landasannya, landasan teori pada penelitian ini menggunakan teori agensi. Meskipun kedua penelitian tersebut menggunakan landasan teori yang berbeda, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya konsistensi temuan bahwa beban pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh pertumbuhan penjualan dimana pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam perusahaan, karena pertumbuhan ini dapat menunjukkan bagaimana perusahaan mengelola penjualan dengan strategi yang lebih baik, dan pertumbuhan ini dapat dilihat dari hasil kenaikan penjualan dari tahun ke tahun, terutama hasil kenaikan penjualan sebelumnya. Dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi, perusahaan dapat memprediksi pertumbuhan pendapatan. Hal tersebut menjadi alasan pertumbuhan penjualan merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan memiliki kapasitas untuk berkembang (Dinatunnazhifah,

2021). Pertumbuhan penjualan yang tinggi mampu meningkatkan penilaian investor terhadap perusahaan, perusahaan yang berkembang pesat cenderung lebih diminati daripada yang pertumbuhannya lambat, karena pertumbuhan tersebut secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian (Fajriah et al., 2022) menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustin & Wahyuni, 2020) juga menemukan hasil yang sama.

Sebaliknya penelitian (Emerentiana Asti Areta, 2024) menunjukkan hasil pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada penelitian ini menggunakan teori sinyal sebagai landasan teori. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Hera Triana Fahdini, 2024) menunjukkan hasil yang sama meskipun tidak menjelaskan secara spesifik teori yang digunakan. Meskipun penelitian-penelitian tersebut menggunakan landasan teori yang berbeda, hasil yang diperoleh menunjukkan adanya konsistensi temuan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan temuan empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Sinyal (*Signaling Theory*)**

Teori Sinyal Pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) dalam (Anggraeni & Agustinigsih, 2022) yang menerangkan bahwasanya mengungkapkan informasi yang berkualitas dapat menggambarkan keadaan perusahaan sehingga dapat berguna bagi investor, dalam hal ini investor dapat melihat perusahaan tersebut berkualitas baik atau buruk

### **Teori Keagenan**

Teori keagenan menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak *principal* yang memberikan wewenang dengan pihak yang menerima wewenang bentuk kerja sama. Pada teori agensi ini, hubungan nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya keuntungan nilai perusahaan, atau nilai wajar, yang menunjukkan reaksi investor atau pemegang saham terhadap tingkat keberhasilan perusahaan terhadap harga saham. Jika perusahaan dapat meningkatkan harga saham, kepercayaan investor terhadap perusahaan akan meningkat (Widiyati & Lukmana, 2024).

### **Nilai Perusahaan**

Menurut (Agustin & Wahyuni, 2020) menyatakan harga pasar saham menunjukkan nilai perusahaan yang sudah *go public*, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* bisa terjadi saat perusahaan akan dijual, yang dihitung berdasarkan total aktiva perusahaan, prospek bisnis, risiko bisnis, dan faktor lain. Nilai perusahaan mencerminkan tingkat keberhasilan investor. Harga saham yang tinggi dapat membuat pasar percaya pada kinerja dan prospek masa depan perusahaan, yang dapat menyebabkan peningkatan nilai perusahaan ini. Meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham adalah tujuan perusahaan untuk meningkatkan laba dan memaksimumkan nilainya, sehingga tujuan ini akan menjadi standar penting untuk kelangsungan hidup perusahaan

## **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan skala penentuan besar atau kecil suatu perusahaan yang dilihat berdasarkan besarnya total aktiva, jumlah penjualan, maupun nilai pasar saham. dari total aset. Semakin besar aktiva yang dimiliki oleh perusahaan mempengaruhi kepercayaan kreditur untuk memberikan kredit kepada perusahaan. Sehingga semakin memudahkan untuk mendapatkan utang (Fajriah et al., 2022)

## **Beban Pajak Tangguhan**

Beban pajak tangguhan merupakan beban yang timbul akibat perbedaan temporer antara laba kuntansi yang disusun berdasarkan SAK dengan laba fiskal yang disusun berdasarkan peraturan perpajakan. Pengertian lain mengenai beban pajak tangguhan adalah jumlah beban (penghasilan) pajak tangguhan yang muncul akibat adanya pengakuan atas liabilitas atau aset pajak tangguhan, beban pajak tangguhan akan menimbulkan liabilitas pajak tangguhan. Beban pajak tangguhan mempunyai hubungan yang signifikan dengan perusahaan perusahaan yang mempunyai profitabilitas untuk menghindari kerugian. sebab beban pajak tangguhan dapat timbul karena perbedaan yang tidak dapat dihindari antara standar akuntansi dan pajak (Gurning & Rakhmawati Oktavianna, 2022).

## **Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan Penjualan yaitu perbandingan *sales* tahun tertentu dan tahun sebelumnya. Pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tinggi akan berpengaruh positif pada perusahaan namun juga diperlukan banyak investasi pada berbagai asetnya baik lancar maupun tetap (Romadhoni, 2022)

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengumpulan data sekunder yang diambil dari perusahaan sub sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2023. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan asosiatif, yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pemilihan estimasi parameter model dengan data panel dapat menggunakan tiga model yaitu *Common Effect Model (CEM)*, *Fixed Effect Model (FEM)*, dan *Random Effect Model (REM)*. Pemilihan model tergantung pada asumsi yang dipakai penulis dan memenuhi syarat-syarat pengolahan data yang benar sehingga hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara statistik. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah memilih model dari ketiga model yang tersedia.

Berikut hasil regresi data panel menggunakan *common effect model* yang dapat dilihat pada tabel 4.4, hasil regresi data panel menggunakan *fixed effect model* yang dapat dilihat pada tabel 4.5, dan hasil regresi data panel menggunakan *random effect model* yang dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

### **Estimasi Common Effect Model (CEM)**

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Common Effect Model (CEM)**

Dependent Variable: Y  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 01/18/26 Time: 15:53  
 Sample: 2019 2023  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 21  
 Total panel (balanced) observations: 105

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.879565	3.039827	2.921076	0.0043
X1	-0.210959	0.102042	-2.067376	0.0413
X2	-0.001041	0.000433	-2.407097	0.0179
X3	0.002360	0.001543	1.529354	0.1293
R-squared	0.098446	Mean dependent var	2.562787	
Adjusted R-squared	0.071667	S.D. dependent var	1.745187	
S.E. of regression	1.681488	Akaike info criterion	3.914586	
Sum squared resid	285.5677	Schwarz criterion	4.015689	
Log likelihood	-201.5158	Hannan-Quinn criter.	3.955555	
F-statistic	3.676263	Durbin-Watson stat	0.246992	
Prob(F-statistic)	0.014637			

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

### **Estimasi Fixed Effect Model (FEM)**

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Fixed Effect Model**

Method: Panel Least Squares  
 Date: 01/18/26 Time: 15:55  
 Sample: 2019 2023  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 21  
 Total panel (balanced) observations: 105

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.26703	13.60898	0.827912	0.4102
X1	-0.293434	0.457578	-0.641275	0.5232
X2	-7.58E-05	0.000306	-0.247908	0.8048
X3	0.002306	0.000870	2.649715	0.0097
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.862297	Mean dependent var	2.562787	
Adjusted R-squared	0.823196	S.D. dependent var	1.745187	
S.E. of regression	0.733817	Akaike info criterion	2.416517	
Sum squared resid	43.61744	Schwarz criterion	3.023136	
Log likelihood	-102.8671	Hannan-Quinn criter.	2.662331	
F-statistic	22.05318	Durbin-Watson stat	1.281596	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

## Estimasi *Random Effect Model* (REM)

**Tabel 4.6**  
**Hasil uji *Random Effect Model* (REM)**

Dependent Variable: Y  
 Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)  
 Date: 01/18/26 Time: 15:56  
 Sample: 2019 2023  
 Periods included: 5  
 Cross-sections included: 21  
 Total panel (balanced) observations: 105  
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.763808	5.953836	1.471960	0.1441
X1	-0.209052	0.199808	-1.046263	0.2979
X2	-0.000169	0.000297	-0.570180	0.5698
X3	0.002390	0.000762	3.135495	0.0022

Effects Specification		S.D.	Rho
Cross-section random		1.623710	0.8304
Idiosyncratic random		0.733817	0.1696

Weighted Statistics			
R-squared	0.118346	Mean dependent var	0.507706
Adjusted R-squared	0.092159	S.D. dependent var	0.764822
S.E. of regression	0.728727	Sum squared resid	53.63540
F-statistic	4.519156	Durbin-Watson stat	1.048085
Prob(F-statistic)	0.005129		

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

## Uji Chow

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Chow**

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	22.465749	(20,81)	0.0000
Cross-section Chi-square	197.297309	20	0.0000

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

Hasil uji chow pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai probabilitas (Prob) *Cross-section Chi-Square* adalah  $0,0000 < 0,05$ , maka H1 diterima. Sehingga *fixed effect model* lebih tepat digunakan dalam mengestimasi regresi data panel dibandingkan dengan *common effect model*

## Uji Hausman

Hasil uji hausman pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil nilai probabilitas (Prob) *Cross Random section random*  $0,6585 > 0,05$ , maka H0 diterima. Dengan demikian *random effect model* adalah model yang tepat digunakan dibandingkan dengan *fixed effect model*

**Tabel 4.8**  
**Hasil uji Hausman**

Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: MODEL\_REM  
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.603909	3	0.6585

Sumber: Hasil Output Eviews 12, 2025

### **Uji Lagrange Multiplier**

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Lagrange Multiplier**

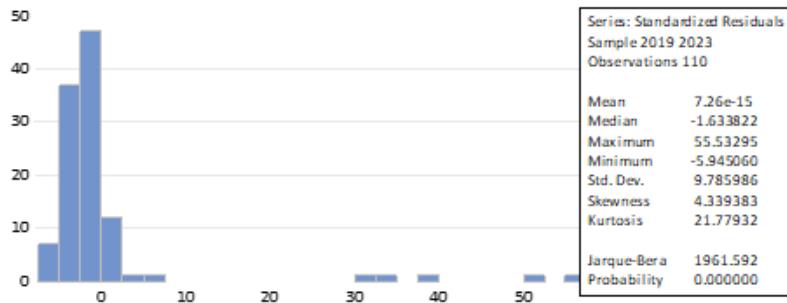
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	129.5586 (0.0000)	1.090632 (0.2963)	130.6492 (0.0000)
Honda	11.38238 (0.0000)	-1.044333 (0.8518)	7.310104 (0.0000)
King-Wu	11.38238 (0.0000)	-1.044333 (0.8518)	3.693496 (0.0001)
Standardized Honda	12.25390 (0.0000)	-0.824083 (0.7951)	4.566002 (0.0000)
Standardized King-Wu	12.25390 (0.0000)	-0.824083 (0.7951)	1.299139 (0.0969)
Gourieroux, et al.	--	--	129.5586 (0.0000)

Sumber: Hasil Output Eviews 12, 2025

Berdasarkan hasil tabel 4,9 menunjukkan bahwa nilai Bruesch-Pagan adalah  $0,0000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga *random effect model* lebih tepat digunakan dalam mengestimasi regresi data panel dibandingkan dengan *common effect model*

## Uji Normalitas

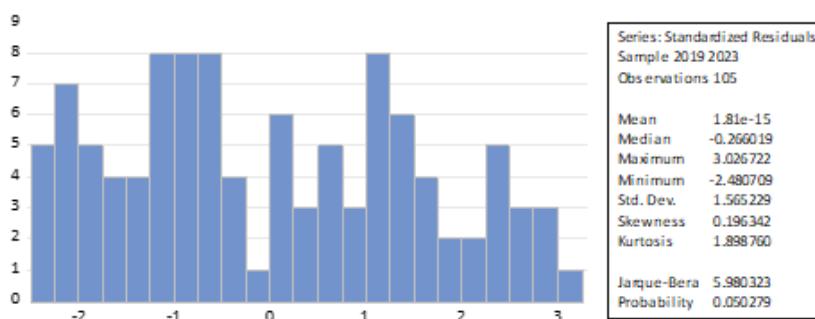
**Gambar 4.1**  
**Grafik Uji Normalitas sebelum data outlier**



Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa data berdistribusi tidak normal, hal ini dapat terjadi karena data yang dikatakan tidak normal tersebut karena nilai probabilitas Jarque-Bera (JB) berada pada angka 0.00000 yang mana lebih kecil dari nilai signifikan 0.05 atau 5%. Oleh karena itu untuk mendapatkan data penelitian yang memiliki distribusi normal perlu dilakukan perbaikan atas data tersebut dengan dilakukan *outlier* data

**Gambar 4.2**  
**Grafik Uji Normalitas setelah data outlier**



Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

Berdasarkan tabel uji normalitas setelah dilakukan outlier memberikan pengaruh terhadap data penelitian tersebut menjadi distribusi normal. Dapat dilihat dari nilai probabilitas berada pada titik 0.050279 dimana nilai tersebut telah melebihi nilai signifikan sebesar 0.05 atau 5% yang artinya data pada penelitian sudah berdistribusi normal

## **Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolonialitas**

	X1	X2	X3
X1	1.000000	-0.106806	0.093808
X2	-0.106806	1.000000	-0.017314
X3	0.093808	-0.017314	1.000000

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.11 diatas dapat diketahui koefisien korelasi X1 dan X2 sebesar  $-0,1068055 < 0,85$ , X1 dan X3 sebesar  $0,09380814 < 0,85$ , dan X2 dan X3 sebesar  $-0,0173139 < 0,85$ . Maka disimpulkan bahwa data tidak memiliki masalah atau tidak terjadinya multikolinearitas

## **Uji Heteroskesdastisitas**

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heterosedastisitas**

F-statistic	0.634640	Prob. F(3,101)	0.5944
Obs*R-squared	1.942700	Prob. Chi-Square(3)	0.5844
Scaled explained SS	1.949641	Prob. Chi-Square(3)	0.5829

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas dinyatakan bahwa probability seluruh variabel  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

## **Uji Autokorelasi**

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

R-squared	0.545856	Mean dependent var	-6.34E-18
Adjusted R-squared	0.522920	S.D. dependent var	1.657059
S.E. of regression	1.144547	Akaike info criterion	3.163340
Sum squared resid	129.6888	Schwarz criterion	3.314995
Log likelihood	-160.0753	Hannan-Quinn criter.	3.224793
F-statistic	23.79854	Durbin-Watson stat	1.908775
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan Durbin-Watson (DW) sebesar 1,908775 berada diantara -2 dan +2 atau  $-2 < 1,908775 < +2$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terjadi masalah autokorelasi

## Analisis Regresi Data Panel

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.763808	5.953836	1.471960	0.1441
X1	-0.209052	0.199808	-1.046263	0.2979
X2	-0.000169	0.000297	-0.570180	0.5698
X3	0.002390	0.000762	3.135495	0.0022

Sumber: Hasil Output Eviews 12, 2025

1. Konstanta sebesar 8.763808 menunjukkan bahwa jika variabel independen sama dengan 0 maka nilai perusahaan bernilai 8.763808
2. Koefisien variabel ukuran perusahaan sebesar -0.209052, artinya jika nilai ukuran perusahaan naik 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0.209052
3. Koefisien variabel beban pajak tangguhan sebesar -0.000169, artinya jika nilai beban pajak tangguhan naik 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0.000169
4. Koefisien variabel pertumbuhan penjualan sebesar 0.002390, artinya jika nilai pertumbuhan penjualan naik 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0.002390

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)**

R-squared	0.118346	Mean dependent var	0.507706
Adjusted R-squared	0.092159	S.D. dependent var	0.764822
S.E. of regression	0.728727	Sum squared resid	53.63540
F-statistic	4.519156	Durbin-Watson stat	1.048085
Prob(F-statistic)	0.005129		

Sumber: Hasil Output Eviews 12, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.15 di atas, memperoleh nilai *Adjusted R-squared* 0.092159 atau 9,21 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa 9,21 % nilai dari nilai perusahaan (Y) dipengaruhi dan dapat dijelaskan oleh tiga variable indenden dalam penelitian ini yakni Ukuran Perusahaan (X1), Beban Pajak Tangguhan (X2) dan Pertumbuhan Penjualan (X3). Sedangkan 90,79% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel tersebut

## Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

R-squared	0.118346	Mean dependent var	0.507706
Adjusted R-squared	0.092159	S.D. dependent var	0.764822
S.E. of regression	0.728727	Sum squared resid	53.63540
F-statistic	4.519156	Durbin-Watson stat	1.048085
Prob(F-statistic)	0.005129		

Sumber: Hasil Output Eviews 12, 2025

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji simultan di atas bahwa nilai F-statistik atau F-hitung sebesar 4.519156 dengan nilai Probabilitas 0.005129 sedangkan untuk mencari F tabel adalah jumlah sampel (n)=105. jumlah variabel (k)=4, taraf signifikansi a=0.05 df1=k-1 (df1=4-1=3) dan df2=n-k df2=105-4=101) diperoleh nilai F-tabel sebesar 2.694661. Sehingga F-statistik atau F-hitung 4.519156, f tabel 2.69 (4.519156 < 2.69) , dan secara sistematis diperoleh nilai Probabilitas 0.005129 < taraf signifikan 0.05. Sehingga hasil ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Beban Pajak Tangguhan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan

### **Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)**

**Tabel 4.17  
Hasil Uji t (Parsial)**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.763808	5.953836	1.471960	0.1441
X1	-0.209052	0.199808	-1.046263	0.2979
X2	-0.000169	0.000297	-0.570180	0.5698
X3	0.002390	0.000762	3.135495	0.0022

Sumber: Hasil Output Eviews 12 ,2025

1. Nilai t hitung variabel ukuran perusahaan sebesar  $-1,0462663 < t$  tabel 1,98326 dan nilai probabilitas sebesar 0.2979 sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Nilai t hitung variabel beban pajak tangguhan sebesar  $-0.5700180 < t$  tabel 1,98326 dan nilai probabilitas sebesar 0.5698  $> 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa beban pajak tangguhan secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. Nilai t hitung variabel pertumbuhan penjualan sebesar  $3.135495 > t$  tabel 1,98326 dan nilai probabilitas sebesar 0.0022  $< 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan beban pajak tangguhan dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sector *consumen non-cyclikals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2023 dengan jumlah sampel sebanyak 21 sampel yang dapat diolah dan dikumpulkan dengan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda data panel dengan bantuan program *Eviews* statistik versi 12 yang diteliti di tahun 2025, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut

1. Ukuran perusahaan, Beban Pajak Tangguhan, dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga H1 diterima
2. Ukuran perusahaan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga H2 ditolak
3. Beban Pajak tangguhan secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga H3 ditolak
4. Pertumbuhan Penjualan secara parsial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga H4 diterima

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Perumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–15.
- Anggraini, C., & Agustiningsih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan subsektor makanan serta minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(1), 494–512.
- Baihaqi, M. A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Investment Opportunity Set, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1881–1888.
- Cindy Shania, Y. S. R. H. (2022). *Pengaruh kompensasi bonus, beban pajak tangguhan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan*. 4(2), 549–568.
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
- Dinatunnazhifah, W. (2021). *Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015 - 2019*.
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan , Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–20.
- Emerentiana Asti Areta, H. T. S. (2024). Pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. *Cakrawala*, 07, 329–340.
- 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>
- Gurning, D. L., & Rakhmawati Oktavianna2. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Aset Pajak Tangguhan, dan Beban Pajak Tangguhan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 1–8.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Ibm Spss 25 (edisi 9).
- Ghozali, I. (2019). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akutansi, Bisnis dan Ilmu social lainnya. *Yoga Pratama*.
- Grace Magdalena Zai, & Emi Masyitah. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Beban Pajak Tangguhan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Dan Konsumsi Periode 2018-2020. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(1), 28–51. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i1.1081>
- Hera Triana Fahdini, N. Y. (2024). Pengaruh perencanaan Pajak, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. 1(1), 44–50.
- Khairunnisa Rosyadah, N. T. (2024). Analisis nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di bei periode 2020- 2023. 7, 6751–6760.
- Kadim. A. & Sunardi, N. (2019) Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan cosmetics and household yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Sekuritas*, 3(1), 22-32.
- Putry, Santika Eka, dan Fina Ratnasari. 2024. "Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan." *jurnal*

- akuntansi barelang vol.9 no.1.
- Pernita, D., & Ismanto, J. (2025). Pengaruh kebijakan dividen dan beban pajak tangguhan terhadap nilai perusahaan dengan return saham sebagai variabel moderasi. 7(3).
- Pramesti, E., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Leverage dan Kinerja Keuangan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(6), 1–17.
- Rokhyati, S. (2024). Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- Romadhoni, H. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan PT Ciputra Development Tbk Tahun 2013-2020. *Value*, 3(1), 126–137. <https://doi.org/10.36490/value.v3i1.384>
- Romasta, L. A. (2023). Pengaruh perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2019-2021 *Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Safitri, N., & Safii, M. (2022). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Yudishtira Journal : Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 2(2), 280–292. <https://doi.org/10.53363/yud.v2i2.41>
- Sanulika aris, A. N. (2024). Pengaruh Agresivitas Pajak , Beban Pajak Tangguhan , dan Kebijakan Utang terhadap Nilai Perusahaan. 3(3), 120–131. <Https://doi.org/10.54259/akua.v3i3.2878>
- Sari, V. Z., Akbar, T., & Evasari, A. D. (2023). Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Sub Sektor Wadah dan Kemasan Yang Terdaftar di BEI
- Septiriana, A., & Wulandari, R. (2025). *Pengaruh Perencanaan Pajak , Beban Pajak Tangguhan dan ESG Terhadap Nilai Perusahaan*. 4(3), 1478–1485.
- Sari, R., & Sayadi, M. H. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Komite Audit. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(2), 115–119. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v11i2.1193>
- Septiriana, A., & Wulandari, R. (2025). Pengaruh Perencanaan Pajak , Beban Pajak Tangguhan dan ESG Terhadap Nilai Perusahaan. 4(3), 1478–1485.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbitAlfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2019). Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Widiyati, D., & Lukmana, F. (2024). Pengaruh Beban Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak Dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 212–223. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i2.2733>
- Wilujeng, E. E., & Anggraini, D. I. (2024). *Pengaruh Perencanaan Pajak dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022*. 2(2), 1–10.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id)

[www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com)