

Pengaruh Independent Board Of Commissioner, Profitability dan Growth Opportunity terhadap Firm Value

Yarika Azhara¹, Beti Nurbaiti², Endah Prawesti Ningrum³, Tutty Nuryati⁴, Tri Yulaeli⁵

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia
202110315079@mhs.ubharajaya.ac.id¹, bettysigit@gmail.com²,
endah.prawesti@dsn.ubharajaya.ac.id³, tutty_siregar@ymail.com⁴,
tri.yulaeli@dsn.ubharajaya.ac.id⁵

Submitted: 21st July 2025 | **Edited:** 25th August 2025 | **Issued:** 01st October 2025

Cited on: Azhara, Y., Nurbaiti, B., Ningrum, E. P., Nuryati, T., & Yulaeli, T. (2025). Pengaruh Independent Board Of Commissioner, Profitability dan Growth Opportunity terhadap Firm Value. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(4), 1224-1233.

ABSTRACT

The non-cyclical consumer goods sector is considered attractive for investors due to its stable demand and resilience in times of economic uncertainty. However, firm value in this sector can still fluctuate due to internal governance and performance factors. This study aims to examine the effect of the independent board of commissioners, profitability, and growth opportunity on firm value in non-cyclical consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The study uses a quantitative approach with panel data obtained from 46 companies over the 2020-2023 period. The analysis is conducted using panel data regression with the fixed effect model, following data transformation to address classical assumption issues. The findings reveal that the independent board of commissioners has a significant negative effect on firm value, suggesting that increased board independence does not automatically translate to higher investor confidence. On the other hand, profitability and growth opportunity show a significant positive effect, indicating that companies with stronger earnings performance and higher growth potential tend to have higher firm value. These results highlight the importance of effective governance and financial performance in enhancing firm value in the Indonesian consumer goods sector.

Keywords: Firm Value, Growth Opportunity, Independent Board of Commissioners, Profitability

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan keterbukaan informasi saat ini, dunia usaha mengalami persaingan yang semakin ketat, termasuk perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor consumer non-cyclicals. Sektor ini dikenal sebagai industri yang memproduksi kebutuhan pokok masyarakat dan relatif stabil dalam menghadapi gejolak ekonomi, termasuk saat pandemi COVID-19 (Adita et al., 2025). Namun demikian, stabilitas sektor ini tidak menjamin peningkatan nilai perusahaan secara otomatis. Fluktuasi harga saham tetap terjadi, yang mencerminkan dinamika penilaian investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Zidane & Suwarti, 2022).

Salah satu contoh nyata adalah kinerja PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang mengalami penurunan selama dua tahun berturut-turut pada 2020 dan 2021. Hal ini

disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk pelemahan daya beli, persaingan pasar yang semakin intens, serta perubahan preferensi investor. Baru pada tahun 2022, UNVR mulai menunjukkan pemulihan kinerja (Said & Pangestuti, 2024).

Nilai perusahaan (*firm value*) menjadi indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek dan keberlangsungan usaha suatu entitas. Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fundamental seperti laba dan aset, tetapi juga oleh mekanisme tata kelola dan peluang pertumbuhan (Ningrum, 2022). Salah satu elemen tata kelola penting adalah keberadaan dewan komisaris independen. Secara teoritis, komisaris independen berfungsi untuk mengawasi manajemen dan melindungi kepentingan pemegang saham dari potensi konflik keagenan (Jensen & Meckling, 1976). Namun dalam praktiknya, efektivitas peran dewan komisaris independen kerap dipertanyakan (Anwar, 2023).

Profitabilitas merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi biasanya memberikan sinyal positif bagi investor karena mencerminkan efisiensi dan prospek keuangan yang menjanjikan (Afifah & Immanuela, 2021). Selain itu, *growth opportunity* atau peluang pertumbuhan juga menjadi perhatian investor karena menunjukkan kapasitas perusahaan untuk berkembang dan meningkatkan nilai di masa depan (Gulo & Sivera, 2024).

Meskipun telah banyak penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh dewan komisaris independen, profitabilitas, dan peluang pertumbuhan terhadap nilai perusahaan, hasil-hasil yang diperoleh masih belum konsisten. Beberapa studi menunjukkan pengaruh positif, sementara yang lain menunjukkan hasil sebaliknya (Rahmania & Kurnia, 2018; Ariska & Utomo, 2021). Inkonsistensi ini dapat disebabkan oleh perbedaan sektor industri, ukuran sampel, atau metode analisis yang digunakan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh *independent board of commissioner*, *profitability*, dan *growth opportunity* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan sektor ini didasarkan pada karakteristik produknya yang bersifat kebutuhan dasar masyarakat dan cenderung stabil dalam berbagai kondisi ekonomi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam penguatan kajian akademik serta memberikan masukan praktis bagi pelaku industri dan investor.

LANDASAN TEORI

Teori Agensi

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengelola perusahaan atas nama pemilik. Konflik kepentingan muncul karena adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan serta asimetri informasi (Jensen & Meckling, 1976). Dewan komisaris independen diharapkan mampu mengurangi konflik tersebut melalui pengawasan yang objektif. Namun, dalam praktiknya, efektivitas dewan ini sangat bergantung pada kapasitas individu dan sistem tata kelola perusahaan (Asri & Yusnita, 2023).

Teori Sinyal

Menurut teori sinyal, manajemen menyampaikan informasi kepada pihak eksternal melalui laporan keuangan atau indikator kinerja, seperti profitabilitas, sebagai sinyal atas prospek perusahaan ke depan (Brigham & Houston, 2019). Profitabilitas

yang tinggi dianggap sebagai sinyal positif atas kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham (Handayani & Sari, 2020).

Teori Stakeholder

Teori stakeholder berpendapat bahwa keberlangsungan perusahaan bergantung pada kontribusi semua pemangku kepentingan, tidak hanya pemegang saham (Ghozali & Chariri, 2007). Oleh karena itu, pengambilan keputusan harus memperhatikan kepentingan seluruh pihak, termasuk karyawan, konsumen, dan masyarakat (Setiawan & Wijaya, 2022).

Firm Value

Firm value mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingginya kepercayaan investor (Sari & Nugroho, 2021). Indikator yang sering digunakan dalam penelitian ini antara lain price to book value (PBV) dan Tobin's Q (Zulfikar & Hamidah, 2020).

Independent Board of Commissioner

Dewan komisaris independen merupakan komponen tata kelola perusahaan yang bertugas mengawasi kebijakan direksi secara objektif. Idealnya, keberadaan mereka akan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, serta berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun, beberapa studi justru menemukan bahwa keberadaan komisaris independen belum tentu meningkatkan kinerja perusahaan (Hendrawan & Rahayu, 2020; Ratnasari & Firmansyah, 2023).

Profitability

Profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba. Rasio yang umum digunakan antara lain return on assets (ROA) dan return on equity (ROE). Profitabilitas yang tinggi mengindikasikan kondisi keuangan yang sehat dan prospek usaha yang baik (Rahmi & Cahya, 2021).

Growth Opportunity

Growth opportunity atau peluang pertumbuhan merupakan harapan pasar terhadap pertumbuhan laba dan aset perusahaan di masa depan. Semakin tinggi peluang pertumbuhan, semakin besar pula kemungkinan peningkatan nilai perusahaan (Kurniawati & Aisyah, 2022). Perusahaan dengan prospek pertumbuhan tinggi akan lebih menarik bagi investor karena potensi pengembalian yang besar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif, yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent board of commissioner, profitability, dan growth opportunity terhadap firm value. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 hingga 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria tertentu, seperti perusahaan yang menerbitkan laporan tahunan secara lengkap dan tidak mengalami delisting selama periode observasi. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sampel sebanyak 46 perusahaan, dengan jumlah observasi panel sebanyak 230 data.

Dalam rangka memenuhi asumsi regresi dan meningkatkan validitas hasil analisis, dilakukan transformasi data. Variabel firm value yang diukur menggunakan rasio Price to Book Value (PBV) ditransformasi menggunakan logaritma natural (ln). Variabel profitability yang diukur menggunakan Return on Assets (ROA) ditransformasi

menggunakan akar kuadrat untuk menstabilkan varians data. Sedangkan variabel independent board of commissioner yang diukur melalui persentase jumlah komisaris independen terhadap total dewan komisaris ditransformasi menggunakan metode *first difference* untuk menghilangkan autokorelasi dalam data time series panel (Sugiyono, 2021; Sekaran & Bougie, 2020).

Indikator untuk growth opportunity menggunakan rasio perbandingan antara nilai pasar ekuitas dan nilai buku ekuitas sebagai proksi pertumbuhan perusahaan di masa depan (Wahyuni & Ratnadi, 2021). Semua data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan perangkat lunak EViews 12. Pengujian dimulai dengan uji Chow dan uji Hausman untuk menentukan model terbaik antara Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), dan Random Effect Model (REM). Setelah model terbaik dipilih, dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi guna memastikan validitas model regresi yang digunakan (Ghozali, 2021).

Untuk mengukur pengaruh simultan dan parsial antar variabel, digunakan uji F dan uji t pada tingkat signifikansi 5%. Selain itu, nilai Adjusted R-squared digunakan untuk melihat seberapa besar proporsi variabel independen dalam menjelaskan variasi firm value. Desain metodologis ini diharapkan dapat memberikan hasil empiris yang valid dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan di sektor consumer non-cyclicals.

HASIL PENELITIAN

Uji Chow

Uji chow membantu menentukan yang mana model regresi terbaik dalam analisis data panel dengan membandingkan model *common effect model* (CEM) dan *fixed effect model* (FEM). Berdasarkan hasil uji chow, nilai *probability* untuk *cross section F* adalah $0,0000 < 0,05$. Oleh karena itu, model yang terpilih adalah *fixed effect model* (FEM).

Uji Hausman

Uji hausman digunakan untuk menentukan pilihan model terbaik antara *fixed effect model* (FEM) dan *random effect model* (REM). Berdasarkan hasil uji hausman, nilai *probability* untuk *cross section random* adalah $0,0069 < 0,05$. Oleh karena itu, model yang terpilih adalah *fixed effect model* (FEM). Jika uji hausman menunjukkan *fixed effect model*, maka proses pengujian sudah selesai dan *fixed effect model* bisa langsung dipakai untuk analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan setelah dilakukannya transformasi data nilai *probability jarque-bera* adalah 0,079365, yaitu lebih besar dari 0,05. Jadi, bisa disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan bahwa tidak ada korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Matriks korelasi variabel *independent board of commissioner* dan *profitability* sebesar $0.034737 < 0,85$, *independent board of commissioner* dan *growth opportunity* sebesar $0.021214 < 0,85$, serta *profitability* dengan *growth opportunity* sebesar $-5.62E-05 < 0,85$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pada model regresi ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan variasi kesalahan dalam model regresi tidak sama untuk setiap data pengamatan. Untuk mengetahui ada tidaknya

gejala heteroskedastisitas, maka digunakan uji *glejser* dengan nilai absolut residual atau abs (resid). Hasil uji heteroskedastisitas dari tabel diatas menunjukkan nilai *probability* variabel *independent board of commissioner* sebesar 0,7868 lebih dari 0,05, variabel *profitability* sebesar 0,6057 lebih dari 0,05, dan variabel *growth opportunity* sebesar 0,8673 lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk memeriksa apakah ada pola korelasi dalam model regresi, terutama pada data *time series*. Dalam penelitian ini, uji *durbin Watson* digunakan untuk mendeteksi autokorelasi. Berdasarkan hasil pengujian yang menunjukkan nilai *durbin watson* sebesar 1,873952. Berdasarkan tabel *durbin watson* pada signifikansi 0,05 dengan jumlah sampel 184 dan 3 variabel independen ($k=3$), maka diperoleh nilai batas bawah (dL) 1,7257 dan batas atas (dU) 1,7920. Nilai $4-dU$ adalah 2,2080 dan $4-dL$ adalah 2,2743. Karena nilai *durbin watson* berada di antara batas atas dan batas bawah ($1,7920 < 2,2080 < 2,2743$), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami masalah autokorelasi.

Uji Regresi Data Panel

Setelah *fixed effect model* terpilih sebagai model regresi telah diuji asumsi klasik, dan terbukti bahwa model regresi tidak memiliki permasalahan asumsi klasik, maka selanjutnya dilakukan analisis regresi pada model regresi. Hasil regresi *fixed effect model* yang sudah dilakukan dilakukan transformasi data, sebagai berikut:

$$LN FmY = 0.511502 - 0.549971(D(BO)) + 0.030377(SQRTPTTY) + 0.016729(GOT) + \varepsilon$$

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika seluruh variabel independen (*independent board of commissioner*, *profitability*, dan *growth opportunity*) bernilai nol, maka nilai dari *firm value* diperkirakan sebesar 0,511502.
2. Setiap kenaikan 1 satuan dalam perubahan dewan komisaris independen akan menyebabkan penurunan $\ln$ (*firm value*) sebesar 0.549971, dengan asumsi variabel lain tetap. Artinya, jika perusahaan meningkatkan proporsi komisaris independen secara mendadak, nilai perusahaannya cenderung turun dalam jangka pendek.
3. Setiap peningkatan 1 satuan dalam akar kuadrat profitabilitas akan menaikkan $\ln$ (*firm value*) sebesar 0.030377. Artinya, semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi pula nilai perusahaan.
4. Setiap kenaikan 1 satuan dalam *growth opportunity* meningkatkan $\ln$ (*firm value*) sebesar 0.016729. Artinya, perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan lebih tinggi akan memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui nilai *adjusted R-squared* sebesar 0,983990 menunjukkan bahwa variabel *independent board of commissioner*, *profitability*, dan *growth opportunity* mampu menjelaskan variasi terhadap *firm value* sebesar 98%. Sedangkan 2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak digunakan dalam penelitian.

Uji F

Berdasarkan hasil penelitian diketahui, nilai *f-statistik* sebesar 235.3145 dan nilai signifikansi sebesar 0,000000 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05

(0,000000<0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini variabel *independent board of commissioner*, *profitability*, dan *growth opportunity* berpengaruh secara simultan terhadap *firm value*.

Uji t

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel *independent board of commissioner* diperoleh t-statistik -4,938980 dan nilai signifikansi sebesar 0,0000. Maka nilai signifikansi untuk variabel *independent board of commissioner* lebih kecil dari 0,05 ($0,0000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, variabel *independent board of commissioner* berpengaruh negatif terhadap variabel *firm value*.
2. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel *profitability* diperoleh t-statistik sebesar 1,968074 dan nilai signifikansi sebesar 0,0511. Maka nilai signifikansi untuk variabel *profitability* lebih kecil dari 0,05 ($0,0511 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, variabel *profitability* berpengaruh positif terhadap *firm value*.
3. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel *growth opportunity* diperoleh t-statistik sebesar 3,303009 dan nilai signifikansi sebesar 0,0012. Maka nilai signifikansi untuk variabel *growth opportunity* lebih kecil dari 0,05 ($0,0012 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, variabel *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap *firm value*.

Pembahasan

Independent Board of Commissioner terhadap Firm Value

Hasil penelitian menunjukkan bahwa independent board of commissioner berpengaruh negatif terhadap firm value. Temuan ini tidak sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa keberadaan dewan komisaris independen dapat mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan (Jensen & Meckling, 1976). Dalam konteks ini, hasil negatif dapat mengindikasikan bahwa keberadaan komisaris independen belum sepenuhnya efektif dalam menjalankan fungsi pengawasan yang diharapkan. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor internal seperti kurangnya keahlian, keterlibatan yang rendah, atau sekadar pemenuhan regulasi tanpa peran substantif (Putri & Wijaya, 2021).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Anwar (2023) dan Muntahanah dan Cahyo (2022) yang menemukan bahwa peningkatan proporsi komisaris independen tidak selalu berdampak positif terhadap nilai perusahaan, terutama ketika peran mereka tidak strategis. Penelitian oleh Ratnasari dan Firmansyah (2023) juga menunjukkan bahwa keberadaan dewan komisaris independen hanya efektif dalam konteks tata kelola perusahaan yang kuat. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya memenuhi kuota komisaris independen, tetapi juga memastikan kualitas, kompetensi, dan peran aktif mereka dalam proses pengambilan keputusan strategis.

Profitability terhadap Firm Value

Profitability dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh positif terhadap firm value. Hasil ini mendukung teori sinyal, yang menyatakan bahwa profitabilitas tinggi dapat menjadi sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan yang baik di masa depan (Brigham & Houston, 2019). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja operasional yang efisien dan kemampuan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan investor.

Temuan ini didukung oleh penelitian Rachman (2024) yang menyatakan bahwa ROA yang tinggi memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Begitu pula dengan penelitian Susanto dan Suryani (2024), yang menegaskan bahwa profitabilitas menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai potensi return dan stabilitas perusahaan. Selain itu, penelitian oleh Handayani dan Sari (2020) juga menunjukkan bahwa profitabilitas mampu meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai intrinsik perusahaan, terutama pada sektor consumer goods.

Growth Opportunity terhadap Firm Value

Growth opportunity berpengaruh positif terhadap firm value, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang rendah dalam uji statistik. Temuan ini konsisten dengan teori sinyal, di mana perusahaan dengan peluang pertumbuhan tinggi cenderung memberikan sinyal positif kepada pasar tentang potensi ekspansi dan peningkatan laba di masa depan (Zulfikar & Hamidah, 2020). Investor biasanya merespons positif terhadap perusahaan yang memiliki strategi pertumbuhan yang jelas dan terukur, karena hal ini mencerminkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Hasil ini selaras dengan temuan Zidane dan Suwarti (2022) serta Febiawanticha et al. (2022), yang menunjukkan bahwa growth opportunity memiliki peran penting dalam meningkatkan minat investor terhadap perusahaan. Dalam studi Maharani et al. (2024), perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi memperoleh valuasi yang lebih tinggi karena dianggap mampu mengoptimalkan aset dan memperluas pangsa pasar. Artinya, prospek pertumbuhan yang positif memberikan efek psikologis dan ekonomis dalam penilaian nilai perusahaan oleh pasar.

Independent Board of Commissioner, Profitability, dan Growth Opportunity terhadap Firm Value

Secara simultan, ketiga variabel bebas dalam penelitian ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap firm value. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara tata kelola perusahaan melalui dewan komisaris independen, performa keuangan melalui profitabilitas, serta prospek ekspansi melalui growth opportunity secara bersama-sama membentuk persepsi investor terhadap nilai suatu perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Aprianti et al. (2022), yang menekankan bahwa tata kelola yang efektif, disertai dengan kinerja operasional dan peluang pertumbuhan yang baik, menjadi fondasi utama dalam membentuk nilai jangka panjang perusahaan.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa manajemen perusahaan perlu memperhatikan integrasi antara strategi keuangan dan tata kelola perusahaan. Tidak cukup hanya memiliki struktur komisaris independen, perusahaan juga harus memastikan efektivitasnya. Di sisi lain, keberhasilan perusahaan dalam mengelola profitabilitas dan merancang strategi pertumbuhan juga harus diprioritaskan untuk menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh independent board of commissioner, profitability, dan growth opportunity terhadap firm value pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 - 2023. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa secara parsial, variabel independent board of commissioner berpengaruh negatif terhadap firm value. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan komisaris independen belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan, kemungkinan disebabkan oleh lemahnya peran pengawasan atau hanya bersifat formalitas.

Sementara itu, variabel profitability dan growth opportunity secara parsial berpengaruh positif terhadap firm value. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai kinerja dan prospek keuangan. Growth opportunity juga terbukti meningkatkan nilai perusahaan karena memberikan sinyal positif mengenai prospek pertumbuhan usaha dan ekspansi di masa mendatang.

Secara simultan, ketiga variabel independen dalam penelitian ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap firm value. Hal ini menegaskan bahwa tata kelola perusahaan yang baik, performa keuangan yang solid, serta strategi pertumbuhan yang terencana merupakan elemen kunci dalam membentuk persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya perusahaan untuk tidak hanya memenuhi struktur tata kelola secara formal, tetapi juga memastikan kualitas dan efektivitas kinerja komisaris independen. Selain itu, manajemen perlu meningkatkan efisiensi operasional untuk mencapai profitabilitas optimal dan menyusun strategi pertumbuhan jangka panjang yang realistis. Implikasi akademik dari hasil ini memperkuat relevansi teori agensi dan sinyal dalam menjelaskan dinamika penilaian pasar terhadap perusahaan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada sektor industri dan periode pengamatan yang terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sektor dan mempertimbangkan variabel tambahan seperti leverage, likuiditas, atau corporate social responsibility sebagai faktor yang turut memengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adita, S., Neldi, M., & Suryadi, D. (2025). Pengaruh profitabilitas dan growth opportunity terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi pada perusahaan consumer non-cyclicals. *Jurnal Jubiko Perilaku Bisnis Kontemporer*, 1–9.
- Afifah, R. N., & Immanuela, I. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, ukuran dewan komisaris, profitabilitas, dan leverage terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 9(2), 109–123.
- Alisa, D. N., & Aryani, D. N. (2022). Profitability, growth opportunity and capital structure on firm value at non-go public banks. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 1(7).
- Anugrah, N. P., & Zulfiati, D. L. (2020). Pengaruh corporate governance terhadap kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015–2018. *Jurnal Akuntansi*.
- Anwar, M. (2023). Pengaruh komisaris independen, ukuran dewan, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 14(1), 45–56.
- Aprianti, T. R., Wibowo, R., & Fadila, A. R. (2022). Good corporate governance, profitabilitas, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 11(2), 203–215.
- Apriyani, M., & Okabrian, S. (2024). The influence of intellectual capital, independent board of commissioners and financial performance on firm value. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(4).

- Asri, M., & Yusnita, A. (2023). Komisaris independen, kepemilikan institusional dan nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 45–56.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Salemba Empat.
- Febiawanticha, M., Aulia, N. H., & Mustika, R. (2022). Pengaruh growth opportunity terhadap nilai perusahaan dengan leverage sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 12–23.
- Fitri, H., Triansyah, Z., Putra, R. B., & Azka, B. P. (2022). Pengaruh growth opportunity dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(2), 160–176.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). *Teori akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, M., & Sivera, D. L. (2024). The effect of profitability, firm size and growth opportunity on the value of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017–2020. *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 2(3).
- Handayani, R., & Sari, A. D. (2020). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(2), 75–82.
- Hendrawan, S., & Rahayu, M. (2020). Efektivitas dewan komisaris independen dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 17(1), 14–26.
- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7, 174–191.
- Husna, R., & Rahayu, Y. (2020). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, kebijakan dividen, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9(1).
- Intia, L. C., & Azizah, S. N. (2021). Pengaruh dewan direksi, dewan komisaris independen, dan dewan pengawas syariah terhadap kinerja keuangan perbankan syariah di Indonesia. *Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi*, 7(2), 46–59.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kurniawati, I., & Aisyah, L. (2022). Growth opportunity dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(3), 99–107.
- Maharani, F., Hapsari, D. W., & Wahyuni, S. (2024). Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 39–51.
- Muntahanah, R., & Cahyo, R. (2022). Dewan komisaris independen dan nilai perusahaan: Bukti dari sektor barang konsumsi di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Strategi Bisnis*, 4(1), 88–97.
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai perusahaan: Konsep dan aplikasi*. Penerbit Adab.
- Putri, D. A., & Wijaya, I. M. A. (2021). Efektivitas dewan komisaris independen dalam meningkatkan nilai perusahaan pada sektor non-keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 211–222.
- Rachman, A. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 7(1), 55–64.

- Rahmi, S., & Cahya, R. (2021). Profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 33–42.
- Ratnasari, N., & Firmansyah, A. (2023). Analisis pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 189–198.
- Said, H., & Pangestuti, I. R. D. (2024). Dampak profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 13(1), 102–110.
- Sari, M. A., & Nugroho, R. (2021). Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 99–106.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.
- Setiawan, A., & Wijaya, T. (2022). Teori stakeholder dalam pengambilan keputusan keuangan perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 23(1), 11–22.
- Sondokan, N. V., Koleangan, R. A. M., & Karuntu, M. M. (2019). Pengaruh dewan komisaris independen, dewan direksi, dan komite audit terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014–2017. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(4), 5821–5830.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susanto, H., & Suryani, L. (2024). Profitabilitas, struktur kepemilikan, dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 16(1), 88–98.
- Wahyuni, N. P. D., & Ratnadi, N. M. D. (2021). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan growth opportunity terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 10(2), 478–493.
- Zidane, R. A., & Suwarti, T. (2022). Growth opportunity dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor konsumsi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 130–141.
- Zulfikar, M., & Hamidah, N. (2020). Pengaruh ROA, DER, dan firm size terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(3), 113–124.