

Nilai Perusahaan dan Perencanaan Pajak: *Systematic Literature Review* dengan Obyek Penelitian pada Perusahaan Terbuka Sektor Konsumsi di Indonesia

Stefanie Febrianti Andreas¹, Nugroho Wisnu Murti^{2*}, Saptani Rahayu³

Universitas Dharma AUB Surakarta

Corresponding Author: nugroho.wm@stie-aub.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Maximum five keywords here, separated by a comma

Received : 28, Mei 2026

Revised : 21, Juni 2026

Accepted: 18, Juli 2026

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This article synthesizes 15 empirical studies to identify research gaps on the relationship between tax planning and firm value in the Indonesian consumer staples sector. The synthesis reveals that only two articles explicitly examine the direct effect of tax planning on firm value. Yielding contradictory results (negative significant vs positive significant moderated by transparency), thus no consistent pattern is found. Most articles position tax planning merely as a control variable, while profitability emerges as the most dominant and consistently positive determinant. Consequently, this study identifies several contextual variables that should be considered in future research, including leverage, capital structure, liquidity, solvability, firm size, investment decisions, and managerial ownership. The dominant theoretical foundations are Signaling Theory and Agency Theory, opening opportunities for further studies to develop more integrated models that incorporate these contextual variables through model development, sector expansion, or theoretical integration.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkat (Tarigan et al., 2024). Salah satu upaya paksimalkan nilai perusahaan yang dapat lebih unggul dalam dunia bisnis ditempuh dengan melakukan perencanaan pajak (Khairunnisa & Lubis, 2023). Upaya ini sebagai sinyal yang diberikan perusahaan kepada investor yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu melakukan efisiensi biaya yang salah satunya adalah terkait dengan pajak.

Efisiensi biaya yang terkait dengan pajak (perencanaan pajak) dapat menjadi salah satu perhatian investor yang terefleksikan dengan nilai perusahaan yang diukur dengan basis harga saham. Selain itu, Nilai perusahaan juga dijelaskan memiliki peran penting dalam menjamin keberlanjutan perusahaan (Bunayah & Hariani, 2023). Namun demikian, beberapa temuan empiris yang belum menunjukkan hasil yang konsisten apakah perencanaan

pajak tersebut dengan nilai perusahaan. Terdapat penelitian yang menemukan bahwa semakin rendah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk pembayaran pajak (i.e. perencanaan pajak yang baik) semakin besar pula laba yang diperoleh dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Kusumanegara et al., 2023). Disisi lain, terdapat juga temuan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena praktik ini umumnya dilakukan oleh hampir semua perusahaan sehingga tidak menjadi pertimbangan utama bagi investor, yang lebih memfokuskan keputusan investasinya pada tingkat laba perusahaan (Luis, 2022).

Inkonsistensi beberapa hasil penelitian di atas, mungkin dapat dijelaskan dengan keterbatasan analisis yang dilakukan pada perusahaan yang tidak secara khusus memfokuskan pada sektor tertentu. Artikel ini bertujuan untuk menelusur penelitian yang fokus pada pembahasan hubungan perencanaan pajak dengan nilai perusahaan tersebut yang fokus pada sektor tertentu saja yaitu sektor manufaktur produk konsumen primer. Sektor ini dipilih dengan pertimbangan fakta ketahanan usahanya sebagai produk primer yang ketahanannya sudah teruji dalam berbagai kondisi ekonomi. Dengan demikian, artikel pertanyaan penelitian dalam artikel ini adalah apakah ada pola tertentu yang dapat dijelaskan tentang temuan empiris terkait dengan hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia berdasarkan temuan penelitian terdahulu?

Dengan menjawab pertanyaan penelitian tersebut, artikel ini diharapkan memberikan kontribusi akademis berupa pemetaan sistematis mengenai hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia, yang selama ini masih terbatas jumlahnya dalam literatur penelitian di Indonesia. Secara spesifik, artikel ini dapat mengidentifikasi apakah terdapat pola hubungan yang konsisten atau justru bervariasi antar penelitian, serta mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan hasil tersebut. Selain itu, artikel ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan kerangka teoritis alternatif yang menjelaskan hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan, dimana teori yang dominan menjelaskan hubungan antara nilai perusahaan dan perencanaan pajak adalah *signaling theory* dan *agency theory*.

Secara praktis, hasil sintesis dari artikel ini dapat menjadi rujukan bagi manajemen perusahaan dalam merumuskan strategi perencanaan pajak yang tidak hanya berorientasi pada efisiensi biaya, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap persepsi investor dan nilai perusahaan. Bagi regulator dan pembuat kebijakan, artikel ini dapat memberikan gambaran tentang praktik perencanaan pajak di sektor manufaktur barang konsumen primer sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan perpajakan yang lebih akomodatif terhadap kebutuhan dunia usaha tanpa mengorbankan penerimaan negara. Bagi investor, pemahaman tentang hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

METODE PENELITIAN

Sintesis hasil penelitian terdahulu yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) yaitu melakukan review dan mengidentifikasi referensi secara sistematis dengan mengikuti pedoman atau protokol tertentu (Triandini et al., 2019). Protokol tersebut ditunjukkan pada Tabel 1. Pencarian literatur dalam penelitian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak Publish or Perish dengan basis data Google Scholar sebagai sumber utama. Kriteria inklusi dan eksklusi ditetapkan untuk menyeleksi artikel yang relevan dengan topik hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia. Artikel yang terpilih kemudian dianalisis secara sistematis untuk mengidentifikasi pola temuan penelitian, perbedaan hasil empiris, variabel yang digunakan, serta kesenjangan penelitian yang masih ada. Penyusunan protokol SLR ini juga merujuk pada pedoman penyusunan protokol SLR yang dirumuskan oleh Murti & Sugiri (Murti & Sugiri, 2024), dengan batasan penelusuran artikel yang mempertimbangkan dengan relevansi penelitian.

Protokol penelusuran literatur yang disajikan pada Tabel 1 bertujuan untuk menunjukkan proses identifikasi dan seleksi artikel yang relevan secara transparan dan terstruktur sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menjawab pertanyaan mengenai hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia. Pemilihan Google Scholar sebagai sumber penelusuran didasarkan pada cakupannya yang luas terhadap publikasi ilmiah nasional, termasuk jurnal terakreditasi dan artikel penelitian yang relevan dengan konteks pasar modal Indonesia. Penggunaan perangkat lunak Publish or Perish 8 dipilih karena kemampuannya dalam mengumpulkan metadata artikel secara efisien serta menyediakan fitur penyaringan berdasarkan tahun publikasi dan jumlah sitasi.

Kata kunci penelusuran yang digunakan dalam artikel ini dirumuskan secara sistematis untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia. Kombinasi kata kunci mencakup tiga elemen utama yang menjadi fokus penelitian, yaitu: (1) sektor manufaktur barang konsumen primer, yang direpresentasikan melalui frasa "*consumer non-cyclicals*" dan "*konsumen primer*"; (2) perencanaan pajak sebagai variabel independen, yang direpresentasikan melalui frasa "*perencanaan pajak*"; serta (3) nilai perusahaan sebagai variabel dependen, yang direpresentasikan melalui frasa "*nilai perusahaan*". Penggunaan berbagai kombinasi kata kunci tersebut, mulai dari yang paling spesifik hingga yang lebih luas, strategi penelusuran ini dirancang untuk menjaring artikel-artikel yang secara langsung maupun tidak langsung membahas hubungan antar ketiga elemen tersebut, sehingga hasil penelusuran diharapkan dapat merepresentasikan literatur yang relevan dengan tujuan penelitian.

Tabel 1. Protokol Penelusuran dan Analisis Literatur

Rincian tahap review literatur	Kriteria atau Batasan
Sumber penelusuran	Google Scholar
Alat bantu penelusuran	Publish or Perish 8
Kata/frasa kunci penelusuran	1. " <i>consumer non-cyclicals</i> " AND "nilai perusahaan" AND "perencanaan pajak"
	2. "konsumen primer" AND "perencanaan pajak"
	3. " <i>consumer non-cyclicals</i> " AND "perencanaan pajak"
	4. "konsumen primer" AND "nilai perusahaan"
	5. " <i>consumer non-cyclicals</i> " AND "nilai perusahaan"
Element penelusuran	Judul
Kriteria inklusi	– Artikel yang diterbitkan pada tahun 2024-2025 – Artikel yang diterbitkan dalam jurnal <i>peer review</i> atau proceeding – Tersedia Informasi Publisher Pada Aplikasi Pencarian – Tersedia full-text atau meta data – Penelitian empiris (kualitatif, kuantitatif, atau mixed-method) atau literatur review – Membahas Hubungan Nilai Perusahaan Dan Perencanaan Pajak Pada Objek Manufaktur Konsumen Primer – Konteks penelitian di Indonesia atau mencakup Indonesia
Data yang diekstraksi	– Tahun Terbit – Kualifikasi referensi – Tujuan penelitian – Variabel yang digunakan untuk menganalisis hubungan perencanaan pajak dengan nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di indonesia, serta indikator yang digunakan dalam pengukurannya. – Landasan teori yang disampaikan secara eksplisit maupun implisit – Hasil penelitian
Sintesis	Sintesis terhadap hasil identifikasi artikel terpilih dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di indonesia.

Batasan elemen penelusuran, kriteria inklusi, data yang diekstraksi, serta sintesis yang ditetapkan dalam protokol SLR ini dirancang secara sistematis untuk menjamin relevansi artikel yang teridentifikasi dengan tujuan penelitian. Pembatasan elemen penelusuran pada judul dipilih karena judul artikel umumnya mencerminkan fokus utama penelitian, sehingga penyaringan pada

tahap awal dapat dilakukan secara efisien tanpa kehilangan artikel yang relevan. Kriteria inklusi yang mencakup artikel terbitan jurnal peer-review atau prosiding serta ketersediaan full-text atau metadata menjamin kualitas dan aksesibilitas literatur yang dianalisis, sementara pembatasan pada penelitian empiris atau literatur review menjamin bahwa artikel yang disertakan memiliki basis data atau argumentasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, kriteria yang mensyaratkan artikel membahas hubungan nilai perusahaan dan perencanaan pajak pada objek manufaktur konsumen primer serta konteks Indonesia atau mencakup Indonesia secara langsung merefleksikan fokus penelitian, sehingga artikel yang lolos seleksi dipastikan relevan dengan pertanyaan penelitian. Data yang diekstraksi meliputi tahun terbit, kualifikasi referensi, tujuan penelitian, variabel dan indikator, landasan teori, serta hasil penelitian. Batasan ini dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif, karena mencakup aspek metodologis, teoritis, dan temuan empiris yang diperlukan untuk sintesis. Dengan demikian, protokol ini diharapkan dalam menjamin bahwa proses identifikasi, seleksi, dan ekstraksi data hanya melibatkan artikel yang secara langsung mendukung tercapainya tujuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan protokol penelusuran pada Tabel 1, proses identifikasi artikel dilakukan secara sistematis dan transparan. Penelusuran awal dilakukan menggunakan perangkat lunak Publish or Perish pada basis data Google Scholar dengan kata kunci perencanaan pajak, nilai perusahaan, dan manufaktur barang konsumen primer (consumer non-cyclicals), yang menghasilkan 264 artikel awal sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2. Selanjutnya, artikel di filter secara bertahap berdasarkan kriteria inklusi, meliputi jenis publikasi berupa artikel jurnal ilmiah, ketersediaan full-text, serta kesesuaian pembahasan dengan hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia. Melalui proses filter tersebut, diperoleh artikel-artikel yang relevan dan layak dianalisis lebih lanjut sejumlah 15 artikel. Tahapan ini menunjukkan bahwa proses seleksi dilakukan secara terkontrol sehingga potensi bias dapat diminimalkan. Artikel yang terpilih dinilai telah memadai dari sisi kualitas dan relevansi untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia. Berikut hasil penelusuran artikel

Tabel 2. Proses dan Hasil Penelusuran Literatur

Tahap review	Kriteria atau Batasan	Hasil
Kata/Frasa kunci penelusuran	"Consumer Non-Cyclicals" AND "Nilai Perusahaan"	4
	AND "Perencanaan Pajak"	
	"Konsumen Primer" AND "Perencanaan Pajak"	7
	"Consumer Non-Cyclicals" AND "Perencanaan Pajak"	10
	"Konsumen Primer" AND "Nilai Perusahaan"	79
	"Consumer Non-Cyclicals" AND "Nilai Perusahaan"	164
	Total	264
Kriteria inklusi	– Artikel yang diterbitkan pada tahun 2024-2025	28

– Artikel yang diterbitkan dalam jurnal <i>peer review</i> atau <i>proceeding</i>	28
– Tersedia Informasi Publisher Pada Aplikasi Pencarian	28
– Tersedia full-text atau meta data	28
– Penelitian empiris (kualitatif, kuantitatif, atau mixed-method) atau literatur review	28
– Konteks penelitian di Indonesia atau mencakup Indonesia	28
– Membahas Hubungan Nilai Perusahaan Dan Perencanaan Pajak Pada Objek Manufaktur Konsumen Primer	15

Berdasarkan proses identifikasi dan seleksi yang telah dilakukan sesuai protokol pada Tabel 2, diperoleh 15 artikel yang memenuhi kriteria inklusi untuk dianalisis lebih lanjut. Kelima belas artikel tersebut merupakan artikel merupakan penelitian empiris kuantitatif. Tujuan dari kelima belas artikel tersebut secara umum adalah menganalisis peran perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia, termasuk bagaimana praktik perencanaan pajak berkaitan dengan kinerja keuangan, efisiensi beban pajak, laba perusahaan, serta persepsi investor yang tercermin dalam nilai perusahaan. Variabel yang diprediksi bersama dalam hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan meliputi profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, likuiditas, struktur modal, keputusan investasi. Keberadaan variabel-variabel tersebut menunjukkan bahwa pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan tidak terjadi secara langsung, tetapi dipengaruhi oleh kondisi keuangan, struktur kepemilikan, dan karakteristik masing-masing perusahaan. Landasan teori yang digunakan dalam artikel-artikel tersebut antara lain *resource based theory*, *signalling theory*, *agency theory*, dan *stakeholder theory*. Ringkasan hasil data ekstrasi dari jumlah literatur final yang dapat ditemukan tersebut, ditunjukkan pada Tabel 3.

Selanjutnya, dilakukan sintesis terhadap lima belas artikel (Tabel 3) yang terpilih untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia. Sintesis dilakukan dengan mengelompokkan temuan berdasarkan kesamaan variabel dependen yang diteliti, yaitu nilai perusahaan, serta variabel independen dan variabel pendukung yang dianalisis bersama perencanaan pajak. Selanjutnya, pola-pola hasil penelitian dari masing-masing kelompok dibandingkan untuk mengidentifikasi konsistensi maupun perbedaan temuan, sekaligus merumuskan implikasi dan arah penelitian selanjutnya terkait perencanaan pajak dan nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer.

Dari kelima belas artikel yang dianalisis, hanya dua jurnal yang secara eksplisit mengkaji hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer, yaitu penelitian oleh Darsono (2025) dan Bunayah & Hariani (Bunayah & Hariani, 2023). Kedua penelitian tersebut sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data

perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Temuan empiris menunjukkan hasil yang belum sepenuhnya konsisten. Darsono (Darsono, 2025) menemukan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Bunayah & Hariani (Bunayah & Hariani, 2023) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan transparansi perusahaan terbukti mampu memoderasi hubungan tersebut. Perbedaan arah pengaruh ini mengindikasikan bahwa dampak perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumen primer sangat dipengaruhi oleh konteks tata kelola dan karakteristik internal perusahaan, serta membuka ruang penelitian lanjutan untuk menguji kondisi dan mekanisme yang memperkuat atau melemahkan pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan.

Dari keseluruhan artikel dianalisis, penelitian secara umum bertujuan untuk menguji faktor-faktor keuangan dan tata kelola perusahaan yang mempengaruhi kinerja serta penilaian perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia. Upaya peningkatan nilai perusahaan melalui pengambilan keputusan strategis dan operasional dengan mengoptimalkan berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, baik yang berasal dari faktor internal perusahaan maupun faktor eksternal yang relevan selain perencanaan pajak (Aisyah, 2020; Wardana, 2025). Variabel faktor internal seperti profitabilitas, likuiditas, leverage, solvabilitas, financial distress, struktur modal, keputusan investasi, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, kepemilikan manajerial, *good corporate governance*, praktik pengelolaan pajak (Aryani & Saputra, 2024; Bunayah & Hariani, 2023; Darsono, 2025; Fernandez & Agustin Ekadjaja, 2025; Ginting et al., 2025; Hidayah & Benarda, 2024; Indriyani et al., 2025; Ismiati et al., 2023; Maharani et al., 2024; Ningrum et al., 2025; Putra & Tristiarto, 2022; Said & Pangestuti, 2024; Silvia & Surjadi, 2025; Susanty & Pangestuti, 2022; Willington et al., 2024). Untuk faktor eksternal yaitu risiko pasar dan inflasi (Said & Pangestuti, 2024). Penelitian kelima belas jurnal ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Namun, arah dan kekuatan pengaruh masing-masing variabel masih menunjukkan perbedaan. Perbedaan ini menjadi dasar penting dalam memahami kompleksitas penentu nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan variabel yang paling konsisten dianalisis dalam penelitian-penelitian tersebut dan umumnya ditemukan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini ditunjukkan oleh Darsono (Darsono, 2025), Hidayah dan Benarda (Hidayah & Benarda, 2024), Ginting et al. (Ginting et al., 2025), Willington et al. (Willington et al., 2024), Indriyani et al. (Indriyani et al., 2025), Said & Pangestuti (Said & Pangestuti, 2024), Aryani & Saputra (Aryani & Saputra, 2024), Maharani et al. (Maharani et al., 2024) Fernandez dan Agustin Ekadjaja (Fernandez & Agustin Ekadjaja, 2025), Putra & Tristiarto (Putra & Tristiarto, 2022), serta Silvia dan Surjadi (Silvia & Surjadi, 2025) yang menegaskan bahwa tingkat laba mencerminkan kinerja perusahaan dan menjadi sinyal positif bagi investor. Profitabilitas dipandang sebagai indikator

kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan. Namun, ada penelitian menemukan hasil yang berbeda, seperti Susanty dan Pangestuti (Susanty & Pangestuti, 2022) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa peran profitabilitas tidak selalu bersifat universal. Faktor konteks industri, struktur keuangan, dan periode penelitian turut mempengaruhi hasil. Dengan demikian, profitabilitas penting tetapi tidak berdiri sendiri dalam menjelaskan nilai perusahaan.

Variabel struktur pendanaan perusahaan seperti leverage dan struktur modal juga banyak dianalisis dalam jurnal-jurnal yang direview. Sejumlah penelitian menemukan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, seperti Fernandez dan Agustin Ekadjaja (Fernandez & Agustin Ekadjaja, 2025), Silvia dan Surjadi (Silvia & Surjadi, 2025), serta Susanty dan Pangestuti (Susanty & Pangestuti, 2022), yang menunjukkan bahwa penggunaan utang dapat memberikan sinyal disiplin manajerial. Sebaliknya, penelitian Putra & Tristiarto (Putra & Tristiarto, 2022), Aryani & Saputra (Aryani & Saputra, 2024) menemukan bahwa leverage tidak memiliki pengaruh signifikan. Struktur modal juga menunjukkan hasil yang bervariasi, di mana Hidayah dan Benarda (Hidayah & Benarda, 2024) menemukan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Variasi ini menunjukkan bahwa penggunaan utang dapat menjadi sinyal positif atau justru meningkatkan risiko. Hal tersebut bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajibannya. Oleh karena itu, leverage tidak dapat dipandang sebagai faktor tunggal yang selalu meningkatkan nilai perusahaan.

Likuiditas dan solvabilitas juga dianalisis sebagai indikator kesehatan keuangan perusahaan. Wilington et al. (Willington et al., 2024) dan Ningrum et al. (Ningrum et al., 2025) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek. Namun, Darsono (Darsono, 2025), Ismiati et al. (Ismiati et al., 2023), dan Silvia dan Surjadi (Silvia & Surjadi, 2025), menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan. Perbedaan ini mencerminkan bahwa kemampuan likuid belum tentu menjadi pertimbangan utama investor. Solvabilitas juga ditemukan tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian, seperti Wilington et al. (Willington et al., 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa investor lebih menekankan pada profitabilitas dan prospek jangka panjang. Dengan demikian, peran likuiditas dan solvabilitas bersifat kontekstual dan cenderung sebagai variabel pendukung.

Ukuran perusahaan merupakan variabel lain yang sering digunakan untuk menjelaskan variasi nilai perusahaan. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, Ginting et al. (Ginting et al., 2025), Fernandez dan Agustin Ekadjaja (Fernandez & Agustin Ekadjaja, 2025), serta Indriyani et al. (Indriyani et al., 2025) yang menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki akses pendanaan dan reputasi yang lebih baik. Namun, Susanty dan Pangestuti (Susanty & Pangestuti, 2022), Putra & Tristiarto (Putra & Tristiarto, 2022), Silvia dan Surjadi (Silvia & Surjadi, 2025), Ningrum et al. (Ningrum et al., 2025) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan

tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar tidak selalu memiliki nilai yang lebih tinggi. Investor cenderung menilai efisiensi dan kinerja, bukan hanya skala aset. Dengan demikian, ukuran perusahaan bukan jaminan peningkatan nilai dan perlu dipertimbangkan bersama indikator lain.

Keputusan investasi dan kepemilikan manajerial juga menjadi fokus dalam beberapa penelitian. Hidayah dan Benarda (Hidayah & Benarda, 2024), Ginting et al. (Ginting et al., 2025), serta Indriyani et al. (Indriyani et al., 2025) menemukan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan prospek pertumbuhan jangka panjang. Kepemilikan manajerial menunjukkan hasil yang beragam, di mana (Bunayah & Hariani, 2023) menemukan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, Silvia dan Surjadi (Silvia & Surjadi, 2025), Willington et al. (Willington et al., 2024) menemukan pengaruh yang negatif tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak selalu efektif dalam menyelaraskan kepentingan manajer dan pemegang saham. Efektivitasnya bergantung pada struktur tata kelola dan tingkat transparansi perusahaan. Oleh karena itu, mekanisme governance perlu dianalisis secara lebih mendalam. Secara faktor eksternal baik inflasi dan risiko pasar menunjukkan pengaruh negatif yang tidak konsisten terhadap nilai perusahaan menurut Said & Pangestu (Said & Pangestuti, 2024). Temuan ini mengindikasikan bahwa investor pada sektor manufaktur barang konsumen primer lebih menitikberatkan pada kinerja fundamental perusahaan dibandingkan kondisi makroekonomi.

Pembahasan ini diawali dengan temuan bahwa hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Sejumlah penelitian menemukan bahwa variabel keuangan dan tata kelola perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda atau tidak signifikan (Darsono, 2025; Putra & Tristiarto, 2022; Susanty & Pangestuti, 2022). Ketidakkonsistenan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara faktor-faktor penentu nilai perusahaan tidak bersifat universal, melainkan sangat dipengaruhi oleh kondisi dan karakteristik masing-masing perusahaan. Hasil sintesis menunjukkan bahwa faktor internal perusahaan menjadi fokus utama dalam sebagian besar penelitian. Variabel seperti profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan keputusan investasi ditemukan memiliki peran yang beragam dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas secara umum dipandang sebagai indikator kinerja yang paling konsisten memberikan sinyal positif bagi investor, meskipun pengaruhnya tidak selalu signifikan pada seluruh konteks penelitian. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh faktor internal sangat bergantung pada kondisi keuangan, struktur pendanaan, serta periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian

Selain faktor keuangan, aspek tata kelola perusahaan dan karakteristik internal lainnya juga berkontribusi terhadap variasi nilai perusahaan. Variabel seperti kepemilikan manajerial, praktik tata kelola perusahaan, serta kebijakan investasi menunjukkan hasil yang tidak seragam antar penelitian (Bunayah & Hariani, 2023; Silvia & Surjadi, 2025; Willington et al., 2024) . Temuan ini mengindikasikan bahwa mekanisme tata kelola belum tentu selalu efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama apabila tidak didukung oleh transparansi dan kinerja keuangan yang kuat. Dengan demikian, nilai perusahaan terbentuk melalui interaksi kompleks antara kinerja operasional dan struktur pengelolaan perusahaan. Sintesis ini juga mengungkapkan bahwa sebagian besar penelitian masih menganalisis perusahaan secara agregat tanpa membedakan karakteristik spesifik perusahaan, seperti ukuran, tingkat risiko, maupun kondisi keuangan tertentu. Padahal, perbedaan karakteristik tersebut berpotensi mempengaruhi cara investor merespons informasi keuangan dan kinerja perusahaan (Ningrum et al., 2025; Silvia & Surjadi, 2025; Susanty & Pangestuti, 2022). Keterbatasan ini menyebabkan hasil penelitian cenderung beragam dan sulit dibandingkan secara langsung. Oleh karena itu, masih terdapat kesenjangan penelitian dalam memahami bagaimana kombinasi faktor keuangan, tata kelola, dan karakteristik internal perusahaan secara spesifik mempengaruhi nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer. Kesenjangan ini menegaskan pentingnya penelitian lanjutan yang lebih kontekstual dan terfokus pada karakteristik perusahaan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai penentu nilai perusahaan di Indonesia (Said & Pangestuti, 2024). Identifikasi variabel yang diteliti dengan perencanaan pajak apakah berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasilnya juga dapat ditunjukkan pada Tabel 3.

Selain membandingkan temuan empiris, sintesis terhadap landasan teori yang digunakan dalam kelima belas artikel juga penting dilakukan karena teori menjadi dasar dalam perumusan hipotesis, pemilihan variabel, serta interpretasi hasil penelitian. Berdasarkan Tabel 2 , *signaling theory* merupakan landasan teori yang paling dominan digunakan pada penelitian terhadap nilai perusahaan (Aryani & Saputra, 2024; Bunayah & Hariani, 2023; Fernandez & Agustin Ekadjaja, 2025; Hidayah & Benarda, 2024; Indriyani et al., 2025; Ismiati et al., 2023; Maharani et al., 2024; Silvia & Surjadi, 2025). Informasi dari perusahaan sangat penting karena dapat menjadi sinyal yang membantu investor dalam mengambil keputusan. Sinyal yang diberikan perusahaan dapat positif ataupun negatif. Jika positif, maka minat investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan akan bertambah dan berlaku sebaliknya (Silvia & Surjadi, 2025). Selanjutnya, *agency theory* yang mengkaji kepemilikan manajerial, struktur modal, leverage, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dalam beberapa penelitian (Aryani & Saputra, 2024; Fernandez & Agustin Ekadjaja, 2025; Silvia & Surjadi, 2025). *Agency theory* ini menjelaskan hubungan antara pemilik sebagai principal dengan manajer sebagai agen. Hubungan tersebut sangat penting karena mempengaruhi kinerja suatu perusahaan , dijelaskan juga adanya asimetri informasi (*information asymmetry*) antara pemilik (pemegang saham) sebagai *principal* dan manajer sebagai agen (Aryani & Saputra, 2024)

Tabel 2. Rincian Hasil Penelusran Literatur

No	Penulis & Tahun	Tujuan Penelitian	Variabel yang diprediksi Bersama Hubungan Perencanaan Pajak Dengan Nilai Perusahaan	Landasan Teori	Hasil Penelitian
1	(Darsono, 2025)	Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil dari pengujian yang dilakukan terhadap pengaruh perencanaan pajak penghindaran pajak, risiko pajak, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, karena penelitian sebelumnya telah menunjukkan hasil yang bervariasi, sehingga diperlukan pengujian lebih lanjut.	Penghindaran pajak, risiko pajak, kinerja pajak	<i>resource based theory</i>	Bahwa perencanaan pajak dan penghindaran pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan. Sementara itu, risiko pajak dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (dari kesimpulannya bukan abstrak)
2	(Hidayah & Benarda, 2024)	Mengetahui pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan.	Profitablitas, struktur modal, keputusan investasi	<i>signalling theory, agency theory</i>	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan dan Keputusan Investasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

3	(Susanty & Pangestuti, 2022)	Menilai pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, serta risiko bisnis terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, risiko bisnis	Tidak disebutkan eksplisit	Profitabilitas tidak memberikan pengaruh pada nilai perusahaan, leverage memberikan pengaruh positif serta signifikan pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh pada nilai perusahaan,
4	(Bunayah & Hariani, 2023)	Menganalisis pengaruh perencanaan pajak dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan transparansi Perusahaan sebagai variabel moderasi	Kepemilikan manajerial	<i>Signalling Theory</i>	Perencanaan pajak dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Transparansi perusahaan dapat memoderasi pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.
5	(Ginting et al., 2025)	Mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance, Keputusan Investasi dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer yang terdaftar di Bursa Efek	Ukuran perusahaan, good governance, keputusan investasi, profitabilitas	Tidak disebutkan eksplisit	Ukuran Perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, Good Corporate Governance tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, Keputusan investasi berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan

Indonesia Periode 2020-2023.					Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan
6	(Silvia & Surjadi, 2025)	Mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan barang konsumen primer yang terdaftar BEI selama periode 2019-2021	Likuiditas,leverage,kepemilikan manajerial	<i>agency theory, signalling theory</i>	Profitabilitas dan leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
7	(Fernandez & Agustin Ekadjaja, 2025)	Menguji pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.	Profitabilitas, leverage,ukuran perusahaan	<i>agency theory, signalling theory</i>	Profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan dapat memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
8	(Putra & Tristiarto, 2022)	Mengetahui pengaruh profitabilitas yang diukur melalui ROE, leverage yang diukur melalui DER, serta ukuran perusahaan yang diukur melalui SIZE terhadap nilai perusahaan yang diukur melalui PBV.	Profitabilitas,leverage,ukuran perusahaan	Tidak disebutkan eksplisit	Profitabilitas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan leverage tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
9	(Willington et al., 2024)	Menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan	Profitabilitas,likuiditas,slovabilitas,kepemilikan manajerial	Tidak disebutkan eksplisit	Profitabilitas dan likuiditas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

		kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur barang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).			nilai perusahaan. Namun, solvabilitas dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh parsial yang signifikan.
10	(Indriyani et al., 2025)	Menganalisis pengaruh keputusan investasi, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor konsumen non-primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2023.	Keputusan investasi,profitabilitas,ukuran perusahaan	<i>signaling theory</i>	Keputusan investasi, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
11	(Aryani & Saputra, 2024)	Menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage dan financial distress terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022.	Profitabilitas, leverage,financial distress	<i>agency theory, signalling theory</i>	Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Leverage dan Financial Distress tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan
12	(Ismiati et al., 2023)	Menguji pengaruh current ratio, intensitas modal, net profit margin, dan debt to equity ratio terhadap nilai perusahaan.	Current ratio, intensitas modal,net profit margin, debt to equity ratio	<i>signalling theory</i>	Current ratio dan debt to equity ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Seangkan intensitas modal dan net profit margin berpengaruh

					positif terhadap nilai perusahaan.
13	(Maharani et al., 2024)	Menguji dan menganalisis pengaruh sales growth, profitabilitas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.	Sales growth, profitabilitas, kebijakan dividen	<i>signaling theory, stakeholder theory</i>	Sales growth berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai
14	(Ningrum et al., 2025)	Menganalisis dan menguji pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.	Ukuran perusahaan, likuiditas, kebijakan dividen	Tidak disebutkan eksplisit	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
15	(Said & Pangestuti, 2024)	Mengidentifikasi pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, risiko pasar, dan inflasi terhadap nilai perusahaan.	Pertumbuhan penjualan, profitabilitas, risiko pasar, inflasi	Tidak disebutkan eksplisit	Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan risiko pasar dan inflasi berdampak negatif

Tabel 3. Identifikasi Variabel Penelitian Yang diteliti dengan Perencanaan Pajak untuk menjelaskan/memprediksi nilai perusahaan

Faktor / Variabel	Pengaruh Signifikan Positif (+)	Pengaruh Signifikan Negatif (-)	Tidak Berpengaruh
Profitabilitas	Darsono (2025), Hidayah & Benarda (2024), Ginting et al. (2025), Willington et al. (2024), Indriyani et al. (2025), Said & Pangestuti (2024), Aryani & Saputra (2024), Maharani et al. (2024), Fernandez & Agustin Ekadjaja (2025), Putra & Tristiarto (2022), Silvia & Surjadi (2025)	-	Susanty & Pangestuti (2022)
Leverage	Fernandez & Agustin Ekadjaja (2025), Silvia & Surjadi (2025), Susanty & Pangestuti (2022)	-	Putra & Tristiarto (2022), Aryani & Saputra (2024)
Struktur Modal	-	Hidayah & Benarda (2024)	
Likuiditas	Willington et al. (2024), Ningrum et al. (2025)	-	Darsono (2025), Ismiati et al. (2023), Silvia & Surjadi (2025)
Solvabilitas	-	-	Willington et al. (2024) (Temuan lain tidak seragam)
Ukuran Perusahaan	Ginting et al. (2025), Fernandez & Agustin Ekadjaja (2025), Indriyani et al. (2025)	-	Susanty & Pangestuti (2022), Putra & Tristiarto (2022), Silvia & Surjadi (2025), Ningrum et al. (2025)
Keputusan Investasi	Hidayah & Benarda (2024), Ginting et al. (2025), Indriyani et al. (2025)	-	
Kepemilikan Manajerial	Bunayah & Hariani (2023)	-	Silvia & Surjadi (2025), Willington et al. (2024)
Faktor Eksternal (Risiko Pasar, Inflasi)	-	-	Said & Pangestuti (2024)

Ada juga artikel menggunakan *stakeholder theory* untuk menjelaskan bahwa nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kepentingan pemegang saham, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kepentingan para pemangku kepentingan lainnya, seperti kreditur, karyawan, dan pemerintah dalam penelitian Maharani et al. (Maharani et al., 2024). Dengan keinginan untuk membangun sebuah struktur kerangka kerja yang responsif terhadap isu-isu

yang dihadapi para manajer pada saat itu khususnya perubahan ekologis. Manajemen pemangku kepentingan bertujuan merancang metode secara strategis, mengelola berbagai kelompok dan mengelola hubungan yang dihasilkan. Selain itu, *resource-based theory* digunakan pada penelitian untuk menjelaskan keunggulan kompetitif suatu perusahaan, dengan dasar pemikiran bahwa kompetitif yang unggul bisa diraih dengan kepemilikan sumber daya langka dan tak mampu ditiru perusahaan lainnya. Perusahaan yang mampu mengelola semua faktor secara strategis dan berkelanjutan, maka dalam teori *resource based*, perusahaan tersebut akan memperoleh kompetitif yang unggul secara berlanjut (*sustainable competitive advantage*), yang pada akhirnya tercermin dalam tingginya nilai perusahaan, baik dalam bentuk nilai saham, nilai aset, maupun nilai pasar perusahaan (Darsono, 2025). Namun demikian, sintesis ini menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian masih menggunakan landasan teori secara parsial dan terpisah, serta belum mengintegrasikan berbagai perspektif teori tersebut dalam satu kerangka konseptual yang komprehensif. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara eksplisit mengaitkan teori-teori tersebut dengan karakteristik khusus sektor manufaktur barang konsumen primer. Kondisi ini menunjukkan adanya celah teoritis, yaitu perlunya pengembangan kerangka teori yang lebih terintegrasi dan kontekstual untuk menjelaskan faktor-faktor penentu nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan sintesis terhadap lima belas artikel empiris kuantitatif yang mengkaji faktor-faktor penentu nilai perusahaan pada sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia, dapat dijawab bahwa belum ditemukan pola yang konsisten mengenai hubungan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan tersebut merujuk pada dua temuan dari hasil sintesis artikel ini. Pertama, dari lima belas artikel yang dianalisis, hanya terdapat dua penelitian yang secara eksplisit menguji pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan, dengan hasil yang bertolak belakang. Darsono (Darsono, 2025) menemukan pengaruh negatif signifikan, sementara Bunayah & Hariani (Bunayah & Hariani, 2023) menemukan pengaruh positif signifikan yang dimoderasi oleh transparansi perusahaan. Perbedaan arah pengaruh ini menunjukkan bahwa hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan bersifat kontekstual, bergantung pada karakteristik internal dan tata kelola masing-masing perusahaan. Kedua, sebagian besar artikel menempatkan perencanaan pajak sebagai variabel kontrol atau bahkan tidak membahasnya secara eksplisit, sementara variabel profitabilitas justru muncul sebagai faktor yang paling dominan dan relatif konsisten berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel lain seperti leverage, struktur modal, likuiditas, solvabilitas, ukuran perusahaan, keputusan investasi, serta kepemilikan manajerial menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh yang beragam antar penelitian, mengindikasikan bahwa nilai perusahaan merupakan hasil interaksi kompleks antara kondisi keuangan, struktur pendanaan, dan kebijakan manajerial. Dengan demikian,

tidak dapat diidentifikasi pola tunggal yang jelas mengenai hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan pada sektor ini, karena keterbatasan jumlah penelitian yang secara spesifik menguji hubungan tersebut serta variasi hasil yang ada. Hasil ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk menguji hubungan tersebut secara lebih mendalam, dengan mempertimbangkan karakteristik spesifik perusahaan serta mengembangkan kerangka teoritis yang lebih terintegrasi dan kontekstual terhadap sektor manufaktur barang konsumen primer di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, K. E. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 2–19. <https://doi.org/https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3020>
- Aryani, R., & Saputra, D. (2024). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Financial Distress terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di Bei Periode 2020-2022. *Journal of Islamic Finance and Accounting Research*, 3(2), 169–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jafar.2024.18081>
- Bunayah, R., & Hariani, S. (2023). Peran Nilai Perusahaan Pada Sektor Barang Konsumen Primer Di BEI Periode Tahun 2019-2021. *Jurnal Economina*, 2(4), 935–948. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i4.460>
- Darsono, M. A. A. F. (2025). Pengaruh Perencanaan Pajak, Penghindaran Pajak, Risiko Pajak, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 14(4), 1–13.
- Fernandez, F., & Agustin Ekadjaja. (2025). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Sektor Konsumen Primer. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 7(4), 1652–1659. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jpa.v7i4.35017>
- Ginting, A. J., Gultom, R., & Napitupulu, J. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance, Keputusan Investasi Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 1830–1839. <https://doi.org/http://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS/article/view/751>
- Hidayah, A. S. R., & Benarda. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar di BEI Periode 2017- 2022). *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS)*, 2(1), 199–212. <https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jis.v2i1.625> PENGARUH

- Indriyani, N. W. P., Astiti, N. P. Y., & Mentari, N. M. I. (2025). Pengaruh Keputusan Investasi, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Konsumen Non-Primer (Consumer Cyclical) Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2023. *VALUES*, 6(2), 221-231.
- Ismiati, A., Mulyani, S., & Afifi, Z. (2023). Pengaruh Current Ratio , Intensitas Modal , Net Profit Margin , dan Debt To Equity Ratio terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *JURNAL ECONOMINA*, 2(11), 3143-3153. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.778>
- Khairunnisa, & Lubis, C. W. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Bank yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2020. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 01-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i2.410>
- Kusumanegara, I., Syafitri, Y., & Armereo, C. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman di BEI. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 178-188. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.13319>
- Luis, C. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan. *Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 20(2), 99-108. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/jpai.v20i2.49146>
- Maharani, B., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). Pengaruh Sales Growth, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 828-842. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2331>
- Murti, N. W., & Sugiri, S. (2024). Potential Confusion Between Value Investing and Fundamental Analysis Explored Through Piotroski F-Score. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 9(3), 287-298. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/reaksi.v9i3.6937>
- Ningrum, M. P., Mulyadi, & Rossa, E. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023). *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(8), 3600-3608. <https://doi.org/https://doi.org/10.62335>
- Putra, R. H., & Tristiarto, Y. (2022). Analisis determinan nilai perusahaan sektor barang konsumen primer di Bursa Efek Indonesia. 19(2), 348-356. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i2.10976>
- Said, A. P., & Pangestuti, D. C. (2024). Analisis Pengaruh Pertumbuhan

- Penjualan, Profitabilitas, Risiko Pasar, dan Inflasi Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 9(2), 2549–5291. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/nusamba.v9i2.20574>
- Silvia, & Surjadi, L. (2025). Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Konsumen Primer. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, VII(1), 401–409. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jpa.v7i1.33123>
- Susanty, S. M. D., & Pangestuti, D. C. (2022). Analisis nilai perusahaan sektor barang konsumen primer di bursa efek Indonesia. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(2), 220–229. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i2.10729>
- Tarigan, D. L. B., Gani, A., & Purba, N. H. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2021. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(3), 831–835. <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/saintek.v5i1.2827>
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Putra, G. W., & Iswara, B. (2019). Metode Systematic Literature Review untuk Identifikasi Platform dan Metode Pengembangan Sistem Informasi di Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems (IJIS)*, 1(2), 63–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/ijis.v1i2.1916>
- Wardana, M. I. (2025). Analisis Kinerja Keuangan , Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Karakteristik Perusahaan , Struktur Kepemilikan sebagai Variabel Interpering pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di BEI. 3(1), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.61292/birev.156>
- Willington, K. C., Purnasari, N., Handayani, & Herlian, R. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2021 - 2024. *Journal Accounting International Mount Hope JAIMO*, 3(3), 291–301. <https://doi.org/https://doi.org/10.61696/jaimo.v3i3.789>