

Pengaruh Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity terhadap Nilai Perusahaan : Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024

Reni Shellia¹, Juitania²

Universitas Pamulang, Indonesia
reshelliaa@gmail.com¹

Submitted: 19th July 2026 | **Edited:** 31st August 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Shellia, R., & Juitania, J. (2026). Pengaruh Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity terhadap Nilai Perusahaan : Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 6(3), 2364-2373.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Tax Planning, Sales Growth, and Capital Intensity on Firm Value of Consumer Non-Cyclicals companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2020–2024. The study employed a quantitative approach using secondary data from annual financial reports. Purposive sampling resulted in 39 companies and 195 observations. The data were analyzed using panel data regression with EViews 13, and the Random Effect Model (REM) was selected based on the model selection tests. The results show that Tax Planning and Sales Growth do not have a significant partial effect on Firm Value, while Capital Intensity has a significant effect on Firm Value. Simultaneously, Tax Planning, Sales Growth, and Capital Intensity significantly affect Firm Value. The adjusted R-squared of 0.592507 indicates that the three independent variables explain 59.25% of the variation in Firm Value, while 40.75% is explained by other variables outside the model. The findings indicate that Capital Intensity is the variable with a significant partial role in Firm Value, whereas Tax Planning and Sales Growth are not the primary determinants in the observed sample.

Keywords: Tax Planning, Sales Growth, Capital Intensity, Firm Value, Panel Data Regression

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan salah satu ukuran penting untuk menilai keberhasilan perusahaan karena mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja dan prospeknya. Dalam perspektif manajemen keuangan, peningkatan nilai perusahaan berkaitan dengan kesejahteraan pemegang saham dan daya tarik perusahaan bagi investor. Nilai perusahaan juga dipengaruhi faktor eksternal, seperti kondisi ekonomi dan kebijakan, serta faktor internal yang berkaitan dengan keputusan manajemen dalam mengelola sumber daya.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2020–2024. Sektor tersebut memiliki karakteristik relatif defensif karena menghasilkan kebutuhan pokok masyarakat, tetapi

tetap menghadapi pandemi COVID-19, gangguan rantai pasok, inflasi global, perubahan nilai tukar, dan perubahan kebijakan ekonomi. Pada periode penelitian, rata-rata Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q menurun dari 2,576 pada 2020 menjadi 1,794 pada 2024. Pada saat yang sama, Tax Planning berfluktuasi, Sales Growth cenderung menurun, dan Capital Intensity juga menurun.

**Tabel 1. Perkembangan Rata-Rata Rasio Perusahaan Consumer Non-Cyclicals
2020–2024**

Keterangan	2020	2021	2022	2023	2024
Nilai Perusahaan	2,576	2,436	2,042	2,001	1,794
Tax Planning	0,279	0,208	0,228	0,223	0,235
Sales Growth	0,258	0,196	0,155	0,026	0,042
Capital Intensity	0,348	0,339	0,333	0,332	0,325

Sumber: Data sekunder diolah peneliti, 2026

Perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya research gap. Penelitian Ariyadni dan Irawati (2023) serta Putri dan Stiawan (2024) menunjukkan tax planning tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Masruri et al. (2024) menunjukkan tax planning berkontribusi ketika diuji bersama variabel lain. Untuk sales growth, Meliana dan Azzahra (2024) serta Yasin et al. (2022) menemukan tidak adanya pengaruh parsial, sementara Merciana dan Noor (2022) dan Novita (2022) menemukan hasil berbeda. Capital intensity juga menunjukkan hasil yang bervariasi: Rajab et al. (2022) dan Helennia et al. (2022) menemukan pengaruh, sedangkan Alam (2024) tidak menemukan pengaruh.

Berdasarkan fenomena dan ketidakkonsistenan hasil terdahulu tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity terhadap Nilai Perusahaan, baik secara parsial maupun simultan, pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di BEI selama 2020–2024.

LANDASAN TEORI

Teori Keagenan

Teori Keagenan (Agency Theory) menjelaskan adanya hubungan antara pemilik perusahaan sebagai principal dan manajemen sebagai agent. Dalam hubungan tersebut terdapat kemungkinan perbedaan kepentingan karena manajemen memiliki kewenangan dalam mengelola sumber daya dan mengambil keputusan perusahaan. Perbedaan kepentingan tersebut dapat menimbulkan konflik keagenan yang pada akhirnya dapat

memengaruhi keputusan perusahaan dan penilaian terhadap Nilai Perusahaan (Putri & Stiawan, 2024).

Teori Sinyal

Teori Sinyal (Signalling Theory) menjelaskan bahwa informasi yang berkaitan dengan kondisi dan kinerja perusahaan dapat menjadi sinyal bagi pihak eksternal, terutama investor, dalam menilai prospek perusahaan. Informasi tersebut dapat berasal dari kinerja keuangan maupun keputusan perusahaan. Dalam penelitian ini, pertumbuhan penjualan dapat memberikan informasi kepada investor mengenai perkembangan kegiatan usaha dan prospek perusahaan pada masa mendatang (Pangestuti & Said, 2022).

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola aset dan menciptakan nilai ekonomi pada masa mendatang. Dalam penelitian ini, Nilai Perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q, karena rasio tersebut membandingkan nilai pasar perusahaan dengan nilai aset yang dimiliki dan dapat menggambarkan bagaimana pasar menilai efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya yang tersedia (Rajab et al., 2022).

Tax Planning

Tax Planning merupakan upaya manajemen dalam mengelola kewajiban perpajakan perusahaan secara efektif dengan tujuan mengoptimalkan beban pajak tanpa melanggar ketentuan yang berlaku. Perencanaan pajak berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola beban pajak sehingga sumber daya yang tersedia dapat digunakan secara lebih efisien. Pengelolaan pajak yang dilakukan secara tepat dapat meningkatkan efisiensi perusahaan, sedangkan perencanaan pajak yang terlalu agresif dapat menimbulkan risiko dan persepsi negatif dari investor. Oleh karena itu, Tax Planning menjadi salah satu kebijakan perusahaan yang dapat berkaitan dengan Nilai Perusahaan (Ariyadni & Irawati, 2023).

Sales Growth

Sales Growth merupakan indikator yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan penjualan dapat menunjukkan perkembangan aktivitas usaha dan memberikan gambaran mengenai prospek perusahaan kepada investor. Pertumbuhan penjualan yang meningkat dapat

menjadi sinyal positif karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan kegiatan usahanya. Namun, peningkatan penjualan tidak selalu secara langsung meningkatkan Nilai Perusahaan karena pertumbuhan pendapatan tetap perlu diikuti dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya dan menghasilkan keuntungan (Pangestuti & Said, 2022).

Capital Intensity

Capital Intensity merupakan tingkat proporsi investasi perusahaan yang ditempatkan pada aset tetap dibandingkan dengan total aset. Intensitas modal menggambarkan strategi perusahaan dalam mengalokasikan sumber daya untuk mendukung kegiatan operasional, memperkuat kapasitas produksi, serta menjaga keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Tingginya aset tetap dapat memberikan manfaat melalui beban penyusutan yang dapat mengurangi beban pajak dan meningkatkan efisiensi fiskal. Namun, tingginya intensitas modal juga dapat menimbulkan beban tetap berupa biaya penyusutan dan pemeliharaan yang berpotensi menekan laba apabila aset tidak dimanfaatkan secara optimal (Putri & Aris, 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan annual report perusahaan melalui sumber publikasi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan perusahaan terkait. Objek penelitian adalah perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024.

Sampel Penelitian

Populasi penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh 39 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan periode pengamatan selama lima tahun, sehingga jumlah observasi yang digunakan adalah 195 observasi.

Tabel 2. Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria	Eliminasi	Jumlah
1.	Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di BEI		132
2.	Menerbitkan laporan keuangan tahunan yang sudah diaudit secara lengkap selama periode penelitian	(58)	74
3.	Menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan	(2)	72
4.	Perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang memperoleh laba selama periode penelitian	(33)	39
5.	Perusahaan sektor consumer non cyclicals yang menyediakan laporan keuangan lengkap sesuai variabel penelitian		39
Jumlah sampel yang memenuhi kriteria		39	
Jumlah Sampel (39x5)		195	

Sumber: Data diolah oleh penulis, 2026

Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan regresi data panel karena penelitian menggabungkan data perusahaan (cross-section) dan periode waktu (time series). Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan perangkat lunak EViews 13 untuk memperoleh hasil pengujian yang sesuai dengan model regresi data panel. Pemilihan model estimasi dilakukan melalui pengujian model data panel untuk menentukan model yang paling sesuai, yaitu Common Effect Model (CEM), Fixed Effect Model (FEM), atau Random Effect Model (REM). Berdasarkan hasil pengujian pemilihan model, REM digunakan sebagai model estimasi dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (Adjusted R-squared) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi Firm Value. Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, model juga dievaluasi berdasarkan pengujian yang relevan untuk memastikan kelayakan hasil estimasi regresi.

HASIL PENELITIAN

Statistik Deskriptif

Hasil Pengolahan menunjukkan bahwa data pengamatan penelitian ini 39 perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020–2024, sehingga diperoleh 195 observasi. Variabel penelitian terdiri atas Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen serta Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity sebagai variabel independen. Berdasarkan hasil statistik deskriptif, Sales Growth memiliki nilai minimum sebesar $-0,745300$, yang dimiliki PT Siantar Top Tbk.

(STTP) pada tahun 2024, dan nilai maksimum sebesar 6,400270, yang dimiliki PT Uni-Charm Indonesia Tbk. (UCID) pada tahun 2020. Nilai rata-rata Sales Growth sebesar 0,135495, sedangkan standar deviasinya sebesar 0,533375. Standar deviasi yang lebih besar daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa penyebaran data Sales Growth relatif tinggi dan bersifat heterogen. Capital Intensity memiliki nilai minimum sebesar 0,013850, yang dimiliki PT Millennium Pharmacon International Tbk. (SDPC) pada tahun 2022, sedangkan nilai maksimumnya sebesar 0,776340, yang dimiliki PT Sariguna Primatirta Tbk. (CLEO) pada tahun 2022. Nilai rata-rata Capital Intensity sebesar 0,335254 dengan standar deviasi sebesar 0,175919. Nilai rata-rata yang lebih besar daripada standar deviasi menunjukkan bahwa penyebaran data Capital Intensity relatif merata sehingga data bersifat homogen.

Uji Chow

Uji Chow dilakukan untuk menentukan model yang tepat antara Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM). Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas 0,0000, lebih kecil dari 0,05. Dengan itu, Fixed Effect Model (FEM) lebih tepat digunakan dibandingkan Common Effect Model (CEM).

Uji Hausman

Uji Hausman dilakukan untuk menentukan model yang tepat antara Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM). Hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,1012, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, Random Effect Model (REM) dipilih sebagai model yang digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Jarque-Bera sebesar 4,934692 dengan nilai probabilitas 0,084810. Karena nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

Hasil Regresi Data Panel

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.423487	0.617854	2.303924	0.0223
TP	-0.982316	1.328823	-0.739238	0.4607
SG	-0.077761	0.206805	-0.376010	0.7073
CI	2.944576	1.424736	2.066752	0.0401

Sumber: Output Eviews 13, 2026

Hasil Analisis Regresi diperoleh sebagai berikut:

$$Y = 1,423487 - 0,982316TP - 0,077761SG + 2,944576CI + e$$

1. Konstanta (C) sebesar 1,423487 menunjukkan bahwa ketika Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity bernilai 0, maka Nilai Perusahaan sebesar 1,423487.
2. Koefisien Tax Planning sebesar -0,982316 menunjukkan hubungan negatif dengan Nilai Perusahaan. Setiap kenaikan Tax Planning sebesar 1 satuan akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0,982316 satuan, dengan variabel lain konstan.
3. Koefisien Sales Growth sebesar -0,077761 menunjukkan hubungan negatif dengan Nilai Perusahaan. Setiap kenaikan Sales Growth sebesar 1 satuan akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0,077761 satuan, dengan variabel lain konstan.
4. Koefisien Capital Intensity sebesar 2,944576 menunjukkan hubungan positif dengan Nilai Perusahaan. Setiap kenaikan Capital Intensity sebesar 1 satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 2,944576 satuan, dengan variabel lain konstan.

Pembahasan

Pengaruh Tax Planning terhadap Nilai Perusahaan

Tax Planning memiliki koefisien -0.982316 dengan probabilitas 0.4607 ($>0,05$), sehingga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa perubahan Tax Planning yang diukur melalui ETR belum menjadi faktor yang menentukan perubahan Tobin's Q pada sampel penelitian. Temuan ini sejalan dengan Ariyadni dan Irawati (2023), Putri dan Stiawan (2024), serta Rajab et al. (2022) yang menunjukkan tidak adanya pengaruh parsial tax planning terhadap nilai perusahaan. Secara substantif, pengelolaan beban pajak belum tentu langsung diterjemahkan pasar sebagai peningkatan nilai karena investor juga mempertimbangkan faktor lain dalam menilai prospek perusahaan.

Pengaruh Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan

Sales Growth memiliki koefisien sebesar -0,077761 dengan nilai probabilitas 0,7073 ($>0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Sales Growth tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan tingkat penjualan selama periode pengamatan belum cukup kuat untuk menjelaskan perubahan Tobin's Q sebagai indikator Nilai Perusahaan. Temuan penelitian ini sejalan dengan Meliana dan Azzahra (2024), Yasin et al. (2022), serta Chairani dan Fitria (2023),

yang menemukan bahwa Sales Growth tidak berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Perusahaan. Dalam konteks penelitian ini, pertumbuhan penjualan yang cenderung melemah selama periode 2020–2024 menunjukkan bahwa kenaikan atau perubahan penjualan belum secara langsung mampu meningkatkan persepsi pasar terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, perubahan penjualan belum menjadi faktor utama dalam menentukan Nilai Perusahaan.

Pengaruh Capital Intensity terhadap Nilai Perusahaan

Capital Intensity memiliki koefisien sebesar 2,944576 dengan nilai probabilitas 0,0401 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa Capital Intensity berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa peningkatan proporsi aset tetap terhadap total aset berkaitan dengan peningkatan Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Rajab et al. (2022), Helennia et al. (2022), dan Ismiati et al. (2023) yang menunjukkan adanya hubungan antara Capital Intensity dan Nilai Perusahaan. Investasi yang lebih besar pada aset tetap dapat mencerminkan peningkatan kapasitas serta keberlanjutan operasional perusahaan. Kondisi tersebut dapat memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kegiatan operasionalnya, sehingga investasi pada aset tetap dapat menjadi sinyal yang dipersepsikan positif oleh investor.

Pengaruh Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai Prob(F-statistic) sebesar 0,000000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memberikan kontribusi dalam menjelaskan perubahan Nilai Perusahaan, meskipun secara parsial Tax Planning dan Sales Growth tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, pengaruh variabel independen perlu dipahami secara kolektif, karena masing-masing variabel dapat memberikan informasi yang saling melengkapi dalam menjelaskan kondisi perusahaan. Selanjutnya, nilai Adjusted R-squared sebesar 59,25% menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 59,25% variasi Nilai Perusahaan, sedangkan 40,75% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Tax Planning tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di BEI periode 2020–2024. Sales Growth juga tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sebaliknya, Capital Intensity berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan. Secara simultan, Tax Planning, Sales Growth, dan Capital Intensity berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Model penelitian memiliki adjusted R-squared sebesar 0.592507 atau 59,25%.

Penelitian memiliki keterbatasan pada objek yang hanya mencakup sektor Consumer Non-Cyclicals dan periode pengamatan lima tahun, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke seluruh sektor perusahaan. Data juga bergantung pada kelengkapan dan keterbukaan laporan keuangan serta annual report. Selain itu, masih terdapat faktor lain di luar model yang dapat memengaruhi Nilai Perusahaan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas periode dan sektor serta mempertimbangkan variabel lain yang disebutkan dalam skripsi, seperti profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, struktur modal, dan corporate governance.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, R. (2024). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Assets, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity dan Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Subsektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2022). *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 3(1).
- Ariyadni, F. T., & Irawati, W. (2023). Pengaruh Tax Planning, Investment Opportunity Set, dan Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 11(4).
- Chairani, L. A., & Fitria, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(6).
- Fatimah, D., & Finatariyani, E. (2025). Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal, dan Tax Planning terhadap Nilai Perusahaan. *JEKOS: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Sosial & Kewirausahaan*, 3(8), 316–330.
- Freshillyya, W., & Luayyi, S. (2025). Pengaruh Risiko Litigasi, Intensitas Modal, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan pada sektor telekomunikasi. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.25456>
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). Analisis Multivariat dan Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10 (Vol. 3). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2018). *Basic Econometrics* (6th ed.). McGraw-Hill Education.
- Hanlon, M., & Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 127–178.
- Helennia, F. S., et al. (2022). Pengaruh Competitive Advantage, Capital Intensity, Return On Asset, Thin Capitalization terhadap Firm Value. *Owner*, 6(4).
- Herdiani, N. P., Badina, T., & Rosiana, R. (2022). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance, dan Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi dan Manajemen*, 16(2), 87–106. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.157>
- 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.
- 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.
- Masruri, F. A., Kartika, T., & Farman, F. (2024). Sektor Properti dan Real Estate. *Jurnal Riset Laboratorium*, 15, 796–812. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v15i1.2024>
- Meliana, N. A., & Azzahra, K. (2024). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Sales Growth, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 9(1).
- Merciana, P., & Noor, A. (2022). Pengaruh Earning Per Share, Profitabilitas, Leverage, dan Sales Growth terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(2), 286–294.
- Putri, V. M., & Stiawan, H. (2024). Pengaruh Tax Planning, Struktur Modal, dan Financial Performance terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnalku*, 4(4), 389–399. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v4i4.1049>
- Rajab, R. A., Taqiyyah, A. N., Fitriyani, F., & Amalia, K. (2022). Pengaruh Tax Planning, Tax Avoidance, dan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan. 8(2), 472–480.
- Suandy, E. (2022). *Perencanaan Pajak* (Edisi ke-6). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed., Vol. 29). Alfabeta.
- Yasin, M., Rimawan, M., & Huda, N. (2022). Pengaruh Sales Growth dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan pada PT Mayora Indah Tbk. *Journal Transformation of Mandalika*, 3(2), 5–18.