

MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN DENGAN TRANSPARANSI: EFEKTIFKAH REGULASI OJK?

Melati Azka^{1*}, Januar Eky Pambudi², Hendra Galuh Febrianto³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Indonesia

^{1*}melatiazkaa@gmail.com, ²jep@umt.ac.id, ³hendragaluh@umt.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transparansi perusahaan terhadap nilai perusahaan. Faktor-faktor yang turut dipertimbangkan meliputi biaya keagenan, kepemilikan manajerial, dan strategi perencanaan pajak. Biaya keagenan merupakan biaya yang timbul akibat perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019 hingga 2023. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dari total 125 perusahaan. Data diperoleh dari laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan situs resmi BEI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh biaya keagenan dan kepemilikan manajerial. Sebaliknya, strategi perencanaan pajak tidak memiliki pengaruh yang berarti. Tingkat transparansi perusahaan terbukti memperkuat hubungan antara biaya keagenan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Namun, transparansi tidak memperkuat hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan. Implikasi dari hasil ini menunjukkan pentingnya peningkatan transparansi, khususnya terkait biaya agensi, struktur kepemilikan manajerial, dan strategi pajak. Transparansi yang baik membantu membangun kepercayaan investor serta meningkatkan nilai perusahaan. Informasi keuangan yang jelas juga membantu investor dalam menilai kinerja dan meminimalkan risiko. Penelitian ini mengacu pada regulasi terbaru Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai transparansi perusahaan, yang lebih ketat dan efektif dibandingkan peraturan Bapepam sebelumnya. Regulasi ini diyakini mampu memperkuat tata kelola dan meningkatkan kepercayaan investor.

Kata kunci: Biaya Agensi; Kepemilikan Manajerial; Nilai Perusahaan; Perencanaan Pajak.

ABSTRACT

The research aims to analyze how corporate transparency affects the value of a company, considering factors such as agency costs, managerial ownership, and tax planning strategies used. This research applies a quantitative approach to companies in the Consumer Non-Cyclicals sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the period 2019 to 2023. The sample determination was carried out using a purposive sampling method from a total of 125 companies. The data processed came from annual reports, sustainability reports, and the official IDX website. This research indicates that the value of a business entity is crucially influenced by agency costs and management ownership, while tax planning strategies do not have a significant impact. The level of corporate transparency acts as a moderating variable that affects the relationship between agency costs and managerial ownership with company value, but does not affect the relationship between tax planning and company value. Companies need to increase transparency of agency costs, managerial ownership, and tax strategies to build investor trust and increase company value. Clear financial information helps investors assess performance and reduce risk. This study applies the latest regulation from OJK regarding corporate transparency, which replaces the Bapepam regulation in the previous study. This regulation is more relevant, strict, and has more effective supervision, so it can increase investor confidence and strengthen corporate governance.

Keywords: Agency cost; managerial ownership, firm value, tax planning.

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek dan keberlanjutan suatu entitas. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya mencerminkan optimisme investor

terhadap kinerja masa depan, tetapi juga menunjukkan tingkat kemakmuran yang dapat dinikmati oleh pemegang saham (Utari, 2024). Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama bagi manajemen, yang dapat dicapai melalui pengelolaan keuangan yang efisien serta penerapan strategi bisnis yang tepat (Setiawati et al., 2023).

Seiring dengan meningkatnya ketidakpastian global dan pesatnya perkembangan teknologi, investor menjadi lebih selektif dalam menentukan pilihan investasi. Hal ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga menunjukkan kemampuan adaptif dan keterbukaan informasi sebagai bentuk akuntabilitas kepada publik. Dalam konteks ini, transparansi informasi keuangan dan manajerial menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan dan mengurangi risiko investor dalam pengambilan keputusan. Nilai perusahaan yang tinggi umumnya diikuti oleh peningkatan harga saham, yang pada gilirannya menarik lebih banyak minat investor. Dengan demikian, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi penting, baik bagi manajemen perusahaan maupun pemangku kepentingan lainnya, termasuk regulator dan investor.

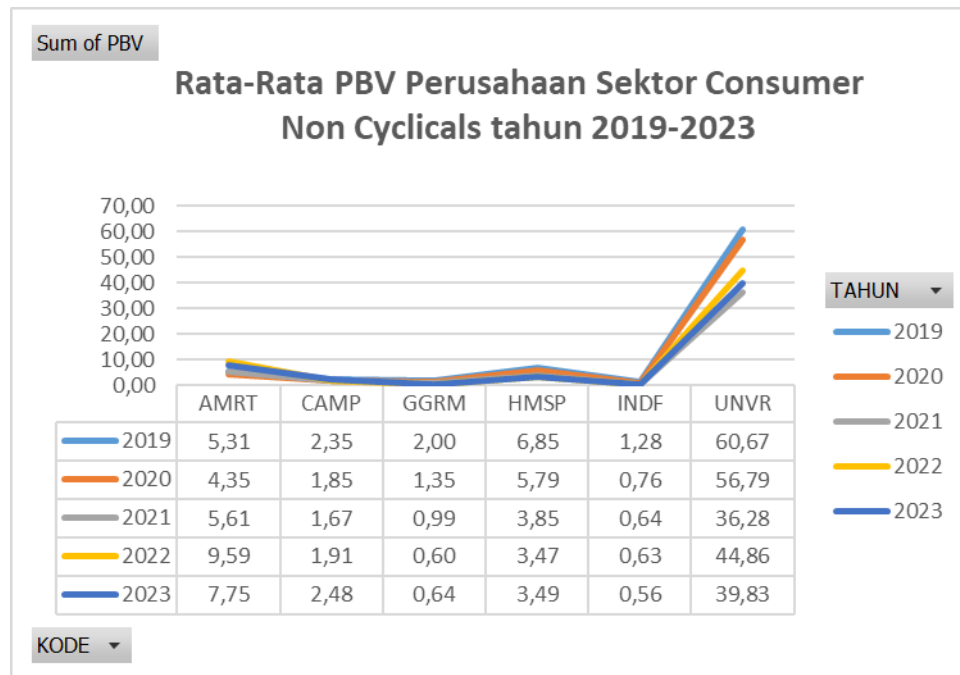
Fenomena ketidakstabilan nilai perusahaan sangat terlihat pada sektor *consumer non-cyclicals*, khususnya pasca pandemi COVID-19 dan selama periode kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) pada tahun 2021. Fenomena tersebut berdampak langsung pada nilai perusahaan. Namun, belum banyak penelitian yang mengeksplorasi bagaimana transparansi perusahaan dapat memoderasi dampak tersebut. Oleh karena itu, riset ini bertujuan mengisi gap tersebut dengan menguji peran moderasi transparansi.

Berikut merupakan data nilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di BEI tahun 2019-2023 yang mengalami fluktuasi pada nilai perusahaan:

Tabel 1. Perusahaan yang Mengalami Fluktuasi Tahun 2019-2023 di Sektor Consumer non Cyclicals

KODE	2019	2020	2021	2022	2023
AMRT	5,31	4,35	5,61	9,59	7,75
CAMP	2,35	1,85	1,67	1,91	2,48
GGRM	2,00	1,35	0,99	0,60	0,64
HMSP	6,85	5,79	3,85	3,47	3,49
INDF	1,28	0,76	0,64	0,63	0,56
UNVR	60,67	56,79	36,28	44,86	39,83

Sumber: Data diolah peneliti



Gambar 1. 1 Grafik Rata-Rata PBV

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan nilai perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals* selama periode 2019-2023 terlihat tidak konsisten. Di mana pada tahun 2021 perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) yang mengalami penurunan sebesar 0,96 dibandingkan pada tahun 2020, PT Gudang Garam Tbk dan PT Indofood Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan setiap tahunnya selama kurun waktu 5 tahun.

Data historis tahun 2019–2023 menunjukkan fluktuasi nilai perusahaan di sektor ini, yang tercermin dari nilai Price to Book Value (PBV). Misalnya, UNVR memiliki PBV tertinggi sebesar 60,67 pada tahun 2019, sedangkan GGRM mencatat PBV terendah sebesar 0,60 pada tahun 2022. Nilai PBV di atas 1 menunjukkan ekspektasi pasar terhadap pertumbuhan, sedangkan nilai di bawah 1 dapat mengindikasikan masalah dalam kinerja atau persepsi negatif dari investor (Brigham & Houston, 2020:145).

Banyak faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, di antaranya adalah Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Pertumbuhan asset. Dalam penelitian ini, penulis hanya memilih empat variabel dan satu variabel moderasi. Variabel di antaranya yaitu *Agency cost*, Kepemilikan manajerial, serta Perencanaan pajak, dengan Transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. Variabel lainnya tidak dipertimbangkan karena telah banyak diteliti sebelumnya. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *Agency cost* yang timbul di dalam perusahaan.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Agency cost*. *Agency cost* adalah biaya yang muncul akibat adanya konflik antara pemegang saham dan manajer

perusahaan. Biaya agensi yang tinggi dapat mengurangi nilai perusahaan, karena dapat menghasilkan keputusan yang tidak efisien dan merugikan pemegang saham. Hubungan antara *agency cost* dan nilai perusahaan ini masih menjadi topik perdebatan dikarenakan beberapa penelitian menunjukkan bahwa *agency cost* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lain mengindikasikan adanya hubungan negatif. Sari Aulia (2022) menemukan bahwa *agency cost* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusuma Negara (2019) yang memperoleh hasil variabel *agency cost* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Penelitian Nurmalasari & Maradesa (2021) menemukan bahwa *agency cost* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain faktor dari *Agency cost*, dengan adanya kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajerial dapat berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh banyak peneliti dan masih terjadi perbedaan pada hasil penelitian tersebut. Hasil penelitian sebelumnya menurut (Hidayat & Pesudo, 2019) Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Utami (2019) Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain *Agency cost* dan Kepemilikan Manajerial, ada faktor lain yang berkaitan dengan nilai perusahaan adalah perencanaan pajak. Perencanaan pajak merupakan salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Dengan adanya perencanaan pajak yang baik, beban pajak perusahaan dapat diminimalkan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Herawati & Ekawati, 2020). Dari banyaknya penelitian tentang pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan ditemukan beberapa hasil penelitian yang berbeda, seperti yang penelitian yang dilakukan oleh Hardianti et al (2024) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh G. I. Siregar & Dewi (2022) yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Transparansi perusahaan diduga berperan sebagai moderasi dalam menentukan nilai perusahaan. Salah satu faktor penting lainnya yang diyakini mampu memengaruhi nilai perusahaan adalah transparansi perusahaan itu sendiri. Transparansi perusahaan merujuk pada keterbukaan dan kejelasan informasi yang disampaikan kepada pemangku kepentingan, terutama mengenai kondisi keuangan, performa operasional, risiko, dan strategi perusahaan. Semakin banyak informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan memudahkan bagi

investor dan stakeholders untuk menilai kinerja, kondisi, prospek, dan risiko yang dihadapi perusahaan.

Berdasarkan temuan dari penelitian sebelumnya fenomena yang ada, peneliti memutuskan untuk memilih sektor *consumer non-cyclicals* sebagai fokus penelitian, Hal ini dikarenakan nilai perusahaan dalam sektor ini memiliki pengaruh langsung terhadap kesejahteraan konsumen dan stabilitas ekonomi, sehingga penelitian yang meneliti faktor-faktor seperti *agency cost*, kepemilikan manajerial, dan perencanaan pajak menjadi penting bagi pengambilan strategi dan pelaksanaan usaha. Diharapkan, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan menjadi referensi bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan yang meningkatkan nilai perusahaan serta membantu pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Agensi

Menurut Jensen dan Meckling (1976) teori keagenan adalah konflik kepentingan yang muncul antara pihak-pihak yang memiliki kontrak (seperti manajer dan pemegang saham). Teori keagenan menjelaskan bahwa dalam sebuah perusahaan ada dua pihak yang berinteraksi: pemilik saham dan manajemen. Menurut (Marantika, 2021: 1), "pemilik saham disebut prinsipal, sedangkan manajemen adalah agen yang diberi wewenang untuk menjalankan perusahaan." Dalam teori agensi, setiap individu berbuat demi kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham (prinsipal) berfokus mendapatkan hasil yang baik dari uang yang mereka investasikan di perusahaan, yaitu keuntungan atau laba, sedangkan pemegang saham (prinsipal) berfokus pada mendapatkan hasil yang baik dari uang yang mereka investasikan di perusahaan, yaitu keuntungan atau laba (Lesmono & Siregar, 2021). Dalam kaitannya teori agensi dengan nilai perusahaan adalah naik turunnya nilai perusahaan bisa disebabkan oleh konflik kepentingan antara pemegang saham (principal) dan manajer (agen) karena dapat memengaruhi keputusan yang diambil.

Teori Sinyal

Teori Sinyal (signaling theory) pertama kali di kemukakan oleh spence pada tahun 1973 yang menjelaskan bahwa pihak pengirim atau pemilik informasi memberikan suatu isyarat atau sinyal berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi penerima atau investor. Manajemen dapat memanfaatkan teori ini dalam mengambil keputusan yang berdampak bagi kemajuan perusahaan. Sinyal merupakan aksi yang dilakukan oleh

manajemen perusahaan untuk memberikan informasi kepada para investor mengenai prospek perusahaan. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi dan harga saham daripada perusahaan tersebut akan naik, dan juga sebaliknya apabila sinyal negatif maka akan menurunkan harga saham perusahaan (Hermawan & Goh, 2019: 15).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham, Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Menurut Rahma (2024), kinerja perusahaan dapat dinilai melalui nilai perusahaannya, yang mencerminkan kemampuan merespons perubahan ekonomi. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan dengan harga saham yang tinggi (Utari, 2024). Price to Book Value (PBV) adalah metode populer dalam menilai nilai perusahaan, karena menunjukkan seberapa besar pasar bersedia membayar ekuitas perusahaan dibandingkan nilai bukunya (Adhiguna, 2023).

Biaya Agensi

Agency cost atau biaya keagenan merupakan biaya yang dikeluarkan karena adanya konflik antara pemegang saham dan manajer perusahaan. Biaya agensi yang tinggi dapat menghambat pengambilan keputusan yang optimal dan berdampak buruk pada nilai bisnis, menurut Teori Keagenan yang dikeluarkan oleh Jensen dan Meckling (1976), yang memberikan kepercayaan pada temuan penelitian ini. Namun, ada penelitian yang menunjukkan bagaimana biaya agensi dapat dikelola dengan lebih baik untuk meningkatkan efisiensi operasional dan, pada akhirnya, nilai perusahaan (Agung et al., 2024). Mengelola biaya agensi secara efektif dapat meningkatkan nilai bisnis, menurut penelitian sebelumnya (Fadhillah & Maryanti, 2024).

Kepemilikan Manajerial

Menurut (Purba, 2021) Kepemilikan manajerial adalah total jumlah saham yang dimiliki oleh direktur, komisaris, dan manajer perusahaan. Kepemilikan saham yang dimiliki oleh jajaran manajerial perusahaan diharapkan dapat menyelaraskan perbedaan konflik kepentingan antara pihak manajemen dan pemegang saham lain. Kepemilikan manajerial merupakan faktor penting dalam membangun nilai bisnis, di samping biaya agensi (Sani, 2020). Manajemen cenderung lebih mengutamakan kepentingan pemegang saham ketika

mereka memiliki investasi finansial yang lebih besar di perusahaan, menurut hipotesis kepemilikan manajerial (Kartikasari et al., 2022).

Perencanaan Pajak

Salah satu hal juga yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah strategi perpajakannya (Dinda & Darmawati, 2023). Menurut (Angelina & Darmawan, 2021) Perencanaan pajak adalah strategi yang diterapkan oleh organisasi dan individu untuk menemukan cara mengurangi kewajiban pajak mereka, namun tetap sesuai dengan undang-undang. Vianna dan Yusnaini (2022) menemukan korelasi antara persiapan pajak dan peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan dapat memaksimalkan profitabilitas dan daya saingnya melalui langkah-langkah optimalisasi pajak (Hardianti et al., 2024).

Transparansi Perusahaan

Transparansi perusahaan berperan sebagai faktor moderasi dalam penelitian ini Sejah mana perusahaan mengungkapkan informasi material yang dapat memengaruhi hubungan antara elemen yang diteliti dan nilai Perusahaan. Hal ini merupakan inti dari keterbukaan informasi. Informasi yang tepat waktu, memadai, jelas, dan benar yang tersedia bagi para pemangku kepentingan sesuai dengan haknya merupakan hal yang penting bagi gagasan transparansi (Yusri, 2020). Diperlukan aturan yang lebih tepat dalam mengatur laporan tahunan bisnis karena keterbukaan informasi dapat meningkatkan kepercayaan publik (Citra et al., 2024). Investor memiliki kepercayaan yang lebih besar terhadap informasi yang dirilis ke publik, yang mengarah pada nilai perusahaan yang lebih baik untuk perusahaan yang lebih transparan (M. D. Sari & Wulandari, 2021).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Biaya Agensi terhadap Nilai Perusahaan

Konflik kepentingan antara pemegang saham dan manajemen dapat menyebabkan biaya agensi, yang pada gilirannya memengaruhi nilai bisnis (Fadhillah & Maryanti, 2024). Salah satu fungsi penting biaya agensi adalah memengaruhi pengambilan keputusan strategis dan, khususnya, efisiensi operasional dalam menghadapi peningkatan biaya, sekaligus mengurangi perselisihan antara pemegang saham dan manajemen (Nurmalasari & Maradesa, 2021).

Wardani dan Susilowati (2020) menemukan bahwa nilai perusahaan cenderung meningkat ketika biaya agensi lebih besar. Alasannya adalah karena pemegang saham dapat

menggunakan biaya ini untuk mengawasi seberapa baik manajer melakukan pekerjaan mereka. Hasil ini menunjukkan bahwa biaya agensi mendorong peningkatan perusahaan dengan berdampak positif pada nilai perusahaan. Mariana et al. (2023) mendukung temuan ini, Karena biaya agensi yang lebih tinggi memiliki efek langsung pada nilai pasar perusahaan, Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan pengendalian biaya agensi yang efektif, menurut penelitian sebelumnya (Fadhillah & Maryanti, 2024). Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₁: Biaya Agensi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Pihak manajerial dalam sebuah perusahaan memiliki peran aktif dalam pengambilan keputusan untuk menjalankan operasional perusahaan. Saat manajer memiliki sedikit saham, mereka cenderung mementingkan kepentingan pribadi. Sebaliknya, kepemilikan saham yang lebih besar mendorong manajer untuk lebih fokus meningkatkan nilai perusahaan secara produktif. Penelitian yang dilakukan oleh Hadiansyah et al. (2022) menunjukkan bahwa tingkat kepemilikan manajemen yang lebih besar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini memberikan bukti lebih lanjut bahwa kepemilikan manajemen memainkan peran penting dalam mengembangkan sistem tata kelola perusahaan yang lebih efektif. Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂: Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Perencanaan pajak perusahaan adalah strategi untuk meminimalkan kewajiban pajak, sambil tetap mematuhi peraturan yang berlaku. Dengan perencanaan pajak yang tepat, perusahaan diharapkan dapat memenuhi kewajiban perpajakan secara akurat, lengkap, dan tepat waktu, asalkan langkah-langkah yang diambil sesuai dengan aturan perpajakan (Anggraeni, 2024). Vianna dan Yusnaini (2022) menemukan korelasi antara persiapan pajak dan peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan dapat memaksimalkan profitabilitas dan daya saingnya melalui langkah-langkah optimalisasi pajak (Hardianti et al., 2024). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Faiz Anisran (2023), Nadira et al. (2022), dan Puspita et al. (2023). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap nilai perusahaan, karena membantu organisasi meningkatkan kepatuhan pajak dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₃: Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Biaya Agensi terhadap nilai Perusahaan dengan transparansi sebagai variabel moderasi

Biaya Agensi merupakan biaya yang dikeluarkan pemegang saham untuk memastikan manajer menjalankan perusahaan sesuai dengan kepentingan mereka. Transparansi informasi yang memadai dapat mengurangi potensi konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Informasi yang terbuka sangat penting karena berpengaruh pada pergerakan harga saham serta risiko dan prospek bisnis perusahaan. Teori didukung oleh hasil penelitian (Susilowati, 2019) dan (Fadhillah & Maryanti, 2024) yang menyatakan bahwa transparansi mampu memoderasi Biaya Agensi terhadap nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₄: Transparansi Perusahaan dapat memoderasi pengaruh *agency cost* terhadap nilai Perusahaan

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai Perusahaan dengan transparansi sebagai variabel moderasi

Kepemilikan manajerial merupakan proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh manajer atau eksekutif perusahaan. Hubungan antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan dapat diperkuat oleh tingkat transparansi perusahaan. Bernardin (2021) serta Ramadhiani dan Dewi (2021) menemukan bahwa peningkatan kepemilikan manajerial yang disertai dengan transparansi tinggi cenderung meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena manajer yang memiliki saham lebih terdorong untuk meningkatkan kinerja, sementara transparansi mendorong kepercayaan investor. Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₅: Transparansi Perusahaan dapat memoderasi pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai Perusahaan

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap nilai Perusahaan dengan transparansi sebagai variabel moderasi

Perencanaan pajak dalam suatu perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh strategi internal, tetapi juga oleh tingkat transparansi yang dijalankan perusahaan dalam menyampaikan informasi kepada publik. Transparansi perusahaan berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat pengaruh positif perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Semakin

tinggi tingkat keterbukaan perusahaan dalam mengungkapkan kebijakan dan strategi perpajakannya, maka semakin besar pula keyakinan investor terhadap integritas dan keberlanjutan usaha perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena transparansi mampu mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemangku kepentingan, serta meningkatkan kepercayaan investor terhadap praktik pengelolaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan (Hidayat & Pesudo, 2019). Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₆ :Transparansi Perusahaan dapat memoderasi pengaruh Perencanaan Pajak terhadap nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Metode kuantitatif dipilih karena kemampuannya dalam mengukur dan menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara objektif dan sistematis. Data yang di ambil dari Laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), khususnya yang bergerak di sektor *consumer non-cyclicals* pada tahun 2019– 2023, menjadi sumber data penelitian ini. Periode 2019-2023 dipilih didasarkan pada pertimbangan dinamika ekonomi dan perubahan regulasi yang signifikan yang terjadi dalam kurun waktu tersebut, termasuk dampak pandemi COVID-19 yang berpengaruh pada kinerja sektor perusahaan, serta upaya pemulihan ekonomi yang dilakukan oleh pemerintah dan sektor bisnis. Data dianalisis menggunakan regresi data panel moderasi dengan *software* Eviews 12, di mana uji moderasi dilakukan melalui interaksi antarvariabel. Sampel riset sejumlah 17 perusahaan selama 5 tahun, dipilih dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria: (1) terdaftar di BEI selama 2019-2023, (2) menerbitkan laporan tahunan lengkap sesuai kebutuhan riset, (3) memiliki saham kepemilikan manajerial, dan (4) tidak merugi selama 2019-2023. Data laporan tahunan dan keuangan perusahaan diperoleh dari *website* resmi BEI (www.idx.co.id).

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Dependen

Dalam riset ini, nilai perusahaan menjadi variabel dependen, merepresentasikan opini pasar terhadap kondisi finansial serta proyeksi pertumbuhan entitas bisnis. Nilai ini esensial karena mencerminkan performa perusahaan saat ini dan prospek ke depannya, sekaligus menjadi tolok ukur evaluasi pasar secara komprehensif (Aprilawati & Ali, 2022). Mengacu

pada Rauf Alhayra et al. (2024), nilai perusahaan diukur dengan rasio Price to Book Value (PBV):

$$PBV : \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

PBV yang lebih tinggi mengisyaratkan apresiasi pasar yang lebih positif (Widiana et al., 2024)

Variabel Independen

Biaya Agensi

Variabel independen, atau sering disebut sebagai variabel bebas, memiliki karakteristik nilai yang tidak terpengaruh oleh variabel lain dalam riset (Sugiyono, 2019: 39). Riset ini menggunakan biaya agensi, kepemilikan manajerial, dan perencanaan pajak sebagai variabel independen. Biaya Agensi sendiri merupakan pengeluaran yang ditanggung pemilik perusahaan (principal) untuk memonitor dan mengarahkan kinerja manajer (agen). Formula perhitungan biaya agensi dalam riset ini mengacu pada Fadhilah & Maryanti (2024):

$$\text{Agency Cost: } \frac{CFO - CFI}{TOTAL ASSET} \times 100\%$$

Keterangan:

CFO : Arus Kas Operasi

CFI : Arus Kas Investasi

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merujuk pada persentase saham yang dikuasai oleh jajaran manajemen yang terlibat aktif dalam proses pengambilan keputusan perusahaan (Jullia & Finatariyani, 2024). Dalam riset ini (Vianna & Yusnaini, 2022), kepemilikan manajerial diformulasikan sebagai berikut:

$$KM: \frac{\text{Jumlah saham manajerial}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$$

Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak adalah ikhtiar perusahaan untuk menekan tanggungan pajak, dengan tujuan meminimalisasi jumlah pajak yang harus disetor ke negara (Luis, 2022). Pada riset ini, perencanaan pajak diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR):

$$ETR: \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

Variabel Moderasi

Transparansi Perusahaan

Riset ini melibatkan variabel moderasi, yaitu variabel yang memengaruhi intensitas relasi antara variabel independen dan dependen. Transparansi perusahaan berperan sebagai

variabel moderasi dalam riset ini. Pengukuran transparansi perusahaan dilakukan dengan menghitung keluasan *voluntary disclosure* berdasarkan indeks yang terdiri dari 45 item. Indeks ini disusun dengan mengacu pada regulasi OJK terkini, yaitu No. 29/POJK.04/2016 dan No. 51/POJK.03/2017. Perhitungan indeks pengungkapan transparansi perusahaan diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Transparansi} = \frac{\text{jumlah item yang diungkapkan}}{\text{jumlah item pengungkapan}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memaparkan karakteristik data riset. Tujuan dari analisis ini adalah mendeskripsikan karakteristik sampel tanpa menarik inferensi lebih lanjut. Penelitian ini melihat beberapa faktor, seperti Agency Cost (X1), Kepemilikan Manajerial (X2), dan Perencanaan Pajak (X3), yang semuanya bisa mempengaruhi Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel dependen. Sebelum menganalisis lebih lanjut, statistik deskriptif digunakan buat memahami sebaran data dan hal-hal penting dari variabel yang diteliti.

Tabel 1. Statistik deskriptif

KET	Agency Cost	Kepemilikan Manajerial	Perencanaan Pajak	Nilai Perusahaan	Transparansi Perusahaan
Mean	0.241176	0.242941	0.260824	3.738824	0.914000
Maximum	0.570000	1.000000	1.610000	28.50000	1.000000
Minimum	0.020000	0.000000	0.170000	0.340000	0.650000
Std. Dev	0.125986	0.304763	0.177235	4.205610	0.105189
Observations	85	85	85	85	85

Sumber: Diolah penulis menggunakan e-views 12

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 85 data untuk seluruh variabel. Nilai Perusahaan (PBV) memiliki rata-rata 3,7388 dan standar deviasi 4,2056, dengan nilai minimum 0,34 dan maksimum 28,5. Rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasi menunjukkan sebaran data yang lebar, menandakan variasi besar dalam penilaian pasar terhadap perusahaan sampel. Agency Cost memiliki rata-rata 0,2412 dan standar deviasi 0,126, dengan nilai minimum 0,2 dan maksimum 0,57. Rata-rata

yang lebih tinggi dari deviasi menunjukkan distribusi data yang cukup stabil. Kepemilikan Manajerial memiliki rata-rata 0,2429 dan deviasi standar 0,3048, dengan nilai minimum 0 dan maksimum 1. Deviasi yang lebih besar dari rata-rata mengindikasikan perbedaan signifikan antar perusahaan dalam hal kepemilikan manajerial.

Perencanaan Pajak memiliki rata-rata 0,2608 dan deviasi standar 0,1772, dengan nilai minimum 0,17 dan maksimum 1,61. Rata-rata yang lebih tinggi dari deviasi menunjukkan distribusi data yang cukup baik dan tidak terlalu menyebar, mencerminkan konsistensi antar perusahaan. Transparansi Perusahaan memiliki rata-rata 0,9140 dengan simpangan baku 0,1052—yang terendah di antara variabel lain. Nilai minimum 0,65 dan maksimum 1 menunjukkan tingkat transparansi yang relatif konsisten antar perusahaan dengan distribusi data yang sangat baik. Secara keseluruhan, sebagian besar variabel dalam penelitian ini menunjukkan distribusi data yang baik, dengan nilai rata-rata yang lebih tinggi daripada standar deviasinya. Hal ini menandakan bahwa kualitas data yang digunakan cukup baik dan layak untuk dianalisis lebih lanjut dalam pengujian hipotesis penelitian.

Pemilihan Model Estimasi

Dalam penelitian ini, pemilihan model estimasi menunjukkan bahwa Random Effects Model (REM) merupakan model yang paling tepat untuk digunakan. REM dipilih karena menggunakan metode Generalized Least Squares (GLS), yang secara otomatis mampu mengatasi permasalahan heteroskedastisitas dan autokorelasi. Berbeda dengan Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM) yang berbasis Ordinary Least Squares (OLS) dan membutuhkan pengujian asumsi klasik untuk memastikan validitas model, REM tidak memerlukan pengujian tambahan tersebut. Oleh karena itu, analisis regresi data panel dalam penelitian ini dilakukan langsung dengan menggunakan model REM, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pemilihan Model

No	Uji	Prob	Hasil
1	Uji Chow	0.0000 < 0.05	Fixed Effect Model
2	Uji Hausman	0.0890 > 0.05	Random Effect Model
3	Uji Lagrange Multiplier	0.0000 < 0.05	Random Effect Model

Sumber: Diolah penulis menggunakan *E-views* 12

Berdasarkan hasil pengujian, Uji Chow menghasilkan probabilitas sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa model Fixed Effect layak digunakan. Namun, Uji Hausman memperoleh probabilitas sebesar 0,0890 yang melebihi ambang batas 0,05, sehingga lebih mendukung penggunaan model Random Effect. Selanjutnya, Uji Lagrange Multiplier juga menunjukkan hasil signifikan dengan probabilitas 0,0000 yang lebih kecil dari 0,05, menandakan bahwa model Random Effect lebih sesuai dibandingkan dengan Common Effect. Dengan mempertimbangkan ketiga hasil pengujian tersebut, khususnya dukungan kuat dari Uji Hausman dan Lagrange Multiplier, maka model regresi panel yang dipilih dalam penelitian ini adalah Random Effect Model.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$), hipotesis akan diterima jika prob yang diperoleh kurang dari 0,05. Artinya, jika hasil uji T menunjukkan nilai prob lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari uji tersebut.

Tabel 3. Ringkasan Hasil

Variabel	Coefficient	t-statistics	Prob	Keterangan
AC	87.64903	4.142063	0.0001	H1 diterima
KM	39.43788	2.758728	0.0072	H2 diterima
ETR	15.25759	1.931662	0.0571	H3 ditolak
AC*TP	-85.26419	-3.721136	0.0004	H4 diterima
KM*TP	-40.29900	-2.647509	0.0098	H5 diterima
ETR*TP	-18.34834	-1.707188	0.0918	H6 ditolak
R-Squared	0.444436	F- statistics	8.799693	
Adjusted R-squared	0.393930	Prob(F-statistics)	0.000000	

Sumber: Diolah Penulis menggunakan *E-views 12*

Berdasarkan Tabel 3, hipotesis H1, H2, H4, dan H5 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa Biaya Agensi (AC), kepemilikan manajerial (KM), serta interaksinya dengan transparansi perusahaan (ACTP dan KMTP) memiliki nilai probabilitas di bawah 0,05, sehingga berdampak signifikan terhadap nilai bisnis. Ketika perusahaan lebih terbuka dan jujur kepada investor, korelasi antara ongkos keagenan, kepemilikan manajerial, dan nilai

perusahaan cenderung berkurang. Sebaliknya, H3 dan H6 terkait perencanaan pajak (ETR) dan relasinya dengan transparansi perusahaan (ETRTP) ditolak karena nilai probabilitasnya di atas 0,05. Dengan kata lain, baik perencanaan pajak maupun transparansi perusahaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai bisnis, dan tidak ada faktor yang memoderasi relasi antara keduanya.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil penelitian yang disajikan dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,3939 mengindikasikan bahwa variabel ongkos keagenan (AC), kepemilikan manajerial (KM), perencanaan pajak (TP), serta interaksi antara variabel-variabel tersebut mampu menjelaskan 39,39% dari variasi nilai perusahaan. Sementara itu, sisa 60,61% variasi dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini.

Uji F

Berdasarkan data pada Tabel 3, model regresi menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel independen dan dependen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F-statistic sebesar 8,7997, yang lebih besar dari F Tabel (2,33) pada tingkat signifikansi 5% ($df_1 = 4$; $df_2 = 80$), serta nilai probabilitas sebesar $0,00000 < 0,05$. Dengan demikian, H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel Agency Cost, Kepemilikan Manajerial, dan Perencanaan Pajak dengan moderasi Transparansi Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Agency Cost terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini mendukung H1 dengan menunjukkan bahwa biaya agensi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mencerminkan pentingnya pengawasan dan insentif yang tepat bagi manajer untuk meminimalkan konflik kepentingan dengan pemegang saham, sebagaimana dijelaskan dalam Teori Agensi oleh Jensen dan Meckling (1976). Pengelolaan biaya agensi yang efisien dapat meningkatkan kinerja bisnis dan memberikan keuntungan lebih besar bagi pemegang saham. Temuan ini konsisten dengan penelitian Fadhillah & Maryanti (2024) serta Aprianti & Khomsiyah (2022), yang menunjukkan bahwa tata kelola yang efektif dapat menjadikan biaya agensi sebagai faktor peningkat nilai perusahaan. Namun, hasil ini bertentangan dengan temuan Nurmalasari dan Maradesa (2021) yang menyatakan bahwa biaya

agensi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kemungkinan karena perbedaan sektor, metode pengukuran, atau alokasi biaya dalam sistem pengendalian.

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, sehingga H2 diterima. Selama 2019–2023, nilai perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals di BEI meningkat seiring dengan adanya kepemilikan saham oleh manajer. Kepemilikan ini mendorong manajer untuk mengelola sumber daya secara efisien demi kepentingan perusahaan dan pemegang saham, menciptakan tata kelola yang lebih baik serta mendukung pertumbuhan jangka panjang. Menurut teori sinyal, kepemilikan manajerial menjadi sinyal positif bagi investor, meningkatkan kepercayaan dan mendorong kenaikan harga saham. Ini menunjukkan keyakinan manajer terhadap prospek perusahaan. Temuan ini didukung oleh Ramadhan & Munawaroh (2024) dan M. D. Sari & Wulandari (2021), namun berbeda dengan Royani Indah (2020) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan karena fokus manajer pada tujuan jangka pendek.

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Perencanaan Pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga H3 ditolak. Selama 2019–2023, perencanaan pajak tidak memengaruhi PBV perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals di BEI. Dalam konteks teori sinyal, meskipun perencanaan pajak dianggap sebagai sinyal positif, hal ini belum tentu meningkatkan nilai perusahaan karena persepsi investor mungkin dipengaruhi oleh faktor lain yang lebih dominan. Hasil ini sejalan dengan temuan Christiani et al. (2022) dan Siregar & Dewi (2022), namun bertentangan dengan Pramudya & Herutono (2022) serta Hidayat & Pesudo (2019), yang menilai bahwa perencanaan pajak dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui efisiensi alokasi sumber daya dan peningkatan keuntungan bagi pemegang saham.

Peran Moderasi Transparansi perusahaan dalam hubungan antara Agency Cost dan Nilai Perusahaan

Penelitian ini mendukung H4, menunjukkan bahwa transparansi perusahaan memoderasi hubungan antara biaya agensi dan nilai perusahaan. Dalam lingkungan yang transparan, dampak biaya agensi terhadap nilai perusahaan cenderung lebih kecil. Meskipun biaya agensi tetap berpengaruh, pengaruhnya menurun seiring dengan meningkatnya keterbukaan perusahaan, yang meningkatkan tata kelola dan kepercayaan investor. Temuan ini sejalan dengan Fadhillah & Maryanti (2024) dan Susilowati (2019), serta mendukung teori

agensi yang menyatakan bahwa transparansi dan pemantauan yang efektif dapat mengurangi konflik keagenan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Peran Moderasi Transparansi perusahaan dalam hubungan antara Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan

Penelitian ini mendukung H5, yang menunjukkan bahwa transparansi perusahaan memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan. Dalam teori keagenan, kepemilikan manajerial mengharmonisasikan kepentingan manajer dan pemegang saham, namun dalam kondisi transparansi yang optimal, pengaruhnya berkurang. Informasi yang terbuka memungkinkan pemegang saham mengawasi kinerja manajer secara lebih efektif tanpa bergantung pada kepemilikan manajerial. Temuan ini sejalan dengan Hidayat dan Pesudo (2019), yang menunjukkan bahwa keterbukaan perusahaan meminimalkan dampak kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, karena informasi lebih lengkap tersedia dalam laporan keuangan atau tahunan.

Peran Moderasi Transparansi perusahaan dalam hubungan antara Perencanaan Pajak dan Nilai Perusahaan

Penelitian ini menolak H6, karena transparansi perusahaan tidak memengaruhi hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan. Meskipun transparansi meningkatkan kepercayaan investor, informasi perencanaan pajak yang tercakup dalam laporan keuangan sesuai regulasi tidak memberikan wawasan tambahan yang signifikan. Temuan ini sejalan dengan Wira Oktafiandi et al. (2024), yang menunjukkan bahwa pengungkapan perusahaan tidak memengaruhi hubungan antara perencanaan pajak dan penilaian perusahaan, karena informasi tersebut sudah tersedia dalam laporan keuangan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh biaya keagenan, kepemilikan manajerial, dan transparansi perusahaan terhadap nilai perusahaan di sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di BEI pada 2019–2023. Hasilnya menunjukkan bahwa biaya keagenan dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena manajer yang memiliki saham lebih fokus pada peningkatan nilai jangka panjang. Transparansi perusahaan, meskipun meningkatkan kepercayaan investor, mengurangi hubungan antara biaya keagenan, kepemilikan manajerial, dan nilai perusahaan. Selain itu, perencanaan pajak tidak berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan karena sudah tercermin dalam laporan keuangan, dan transparansi tidak memoderasi pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan.

Implikasi praktis dari hasil ini menunjukkan bahwa manajemen perlu mendorong kepemilikan saham oleh manajer untuk menyelaraskan kepentingan mereka dengan pemegang saham dan meningkatkan nilai jangka panjang perusahaan. Sementara itu, regulator seperti OJK diharapkan dapat menyempurnakan kebijakan transparansi dengan mendorong pengungkapan yang lebih relevan dan informatif, terutama pada aspek-aspek yang belum tercakup dalam laporan keuangan standar, agar dapat benar-benar meningkatkan pengambilan keputusan investor dan tata kelola perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya masih sedikitnya literasi yang meneliti antara variabel dalam penelitian ini terutama menggunakan variabel moderasi, sehingga referensi jurnal penelitian terutama jurnal lokal maupun internasional untuk penelitian ini pun masih minim dan banyaknya perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang mengalami kerugian pada periode 2019-2023 sehingga banyak mengurangi sampel penelitian.

Saran

Penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya yang lebih mendalam mengenai pengaruh variabel-variabel yang diuji, dengan memperhatikan penerapan variabel moderasi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel penelitian dengan mencakup sektor-sektor selain *Consumer Non-Cyclicals*, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti inovasi, efisiensi operasional, dan faktor eksternal yang dapat memengaruhi nilai Perusahaan. Selain itu, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan proksi alternatif seperti Tobin's Q atau ROE dalam mengukur nilai perusahaan, guna memberikan perspektif yang lebih komprehensif terhadap kinerja dan efisiensi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiguna, A. (2023). Pengaruh Return On Equity (ROE), Current Ratio (CR), Ukuran Perusahaan dan Debt to Equity Ratio (DER) terhadap Price to book value (PBV). *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(07), 2490–2498.
- Agung, I. G., Pramita, A., Pande, P., Dewi, R. A., & Budiadnyani, N. P. (2024). *Peran Efisiensi Operasional Dan Risiko Kredit Dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan Bank Perkreditan Rakyat*. 13(4), 1115–1122.
- Ananda, A. S., Sumarta, N. H., Satriya, K. K. T., & Amidjaya, P. G. (2022). Determinants of Audit Quality: the Effect of Ownership Structure and Audit Committee Activities. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3), 333–350.

<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5214>

- Anggraeni, M. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(1), 130–143. <https://doi.org/10.29303/risma.v4i1.1030>
- Aprianti, V., & Khomsiyah, K. (2022). Capital Structure, Accounting Conservatism, Agency Cost, dan Firm Value. *Owner*, 6(4), 3881–3888. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1133>
- Aprilawati, N. I., & Ali, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 2(1), 182–189. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v2i1.1205>
- Bernardin, K. (2021). Nilai Perusahaan: Perencanaan Pajak dan Kepemilikan Manajerial serta Transparansi Perusahaan sebagai Pemoderasi. 2(1), 1–12.
- Br prba, N. marlina, & Effendi, S. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 3(2), 64–74. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1013>
- Christiani, Y. N., Rane, M. K. D., & Sine, D. A. (2022). Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Among Makarti*, 14(2), 77–88. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.211>
- Cindy, C., Saerang, I., & Sumarauw, J. S. B. (2024). The Influence Of Company Size, Return On Equity And Debt To Equity Ratio On Company Value On Theinfobank-15 Stock Index Of The Indonesian Stock Exchange Period 2018-2022. *Jurnal EMBA*, 12(01), 374–385. file:///C:/Users/T410/Downloads/Jurnal+Chelsea+Cindy. (1).pdf
- Citra, D., Putri, P., Damayanti, W. A., & Lutfianti, A. (2024). *Peran Hukum Dalam Menjamin Transparansi dan Akuntabilitas Tata Kelola Perusahaan*. 2(4), 202–208.
- Dewi, L. S., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6099. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i10.p12>
- Dinda, M. Y., & Darmawati, D. (2023). Dengan Kepemilikan Negara Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (Bumh) Yang. *Jurnal Riset Akuntansi*, 6(2), 1–10. <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2996>
- Dwicahyani, D., Rate, V. P., & Jan, H. B. A. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, KepemilikanManajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai PerusahaanPerusahaan Consumer Non-Cyclicals. *Jurnal EMBA* , 10(4), 275–286. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43790>
- Fadhillah, F., & Maryanti, E. (2024). Agency Cost, Ukuran Perusahaan, dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi sebagai Variabel Moderasi. *Agency Cost, Ukuran Perusahaan, Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi*. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.113>
- Faiz Anisran, M. A. F. M. (2023). Pengaruh Tax Planning & Tax Avoidance Terhadap Nilai

- Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(2), 305–318. <https://doi.org/10.25105/jat.v10i2.17104>
- Gujarati, Damodar dan Dawn C. Porter. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Buku2). (Terj.) Raden Carlos Mangunson. Jakarta: Salemba Empat.
- Hadiansyah, R., Cahyaningtyas, S. R., & Waskito, I. (2022). Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(4), 656–670. <https://doi.org/10.29303/risma.v2i4.353>
- Hardianti, R., Kodariah, S., & Yuniati. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak, Penghindaran Pajak dan Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntans*, 7(8), 1–22.
- Haryo Pramudya, W., & Herutono, S. (2022). Perencanaan Pajak, Komite Audit, Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. In *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha* (Vol. 2, Issue 4).
- Hidayat, S. W., & Pesudo, D. A. A. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 3(4), 367. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i4.21323>
- Janah, N., & Munandar, A. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variable Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 494–512.
- Jullia, M., & Finatariani, E. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 913–923. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i3.1024>
- Kartikasari, E., Dewi, A., & Sulton, M. (2022). Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2016-2019. *Owner*, 6(1), 940–947. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.703>
- Luis, C. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 20(2), 99–108.
- Marbun, E., & Tobing, V. C. L. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Aksara Public*, 4(1), 87–97. <https://talenta.usu.ac.id/politeia/article/view/3955>
- Mariana, I., Suganda, T. R., Puncak, V., & Blok, T. (2023). *The Effect of Agency Costs on Firm Value : A Moderating Role of Female Commissioners*. 6(3), 306–315.
- Matuszak, Ł., Róžańska, E., & Macuda, M. (2019). The impact of corporate governance characteristics on banks' corporate social responsibility disclosure: Evidence from Poland. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 9(1), 75–102. <https://doi.org/10.1108/JAEE-04-2017-0040>
- Nadira, E., Silfi, A., & Rusli. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Konservatisme Akuntansi, dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Penghasil Bahan Baku Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021). 3(2), 79–103.

- Naciti, V. (2019). Corporate governance and board of directors: The effect of a board composition on firm sustainability performance. *Journal of Cleaner Production*, 237, 117727. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117727>
- Nurmalasari, P., & Maradesa, D. (2021). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 16(4), 355–365.
- Prastiwi, D., & Walidah, A. N. (2020). Pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan: Efek moderasi transparansi dan kepemilikan institusional. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 203–224. <https://doi.org/10.24914/jeb.v23i2.2997>
- Purbaningrum, I. R., Farida, I., Prawira, A., Kustiawan, M.. (2024). *Analisis Perencanaan Pajak Dalam Upaya Meningkatkan Efisiensi Beban Pajak Penghasilan Badan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk*. 3(2), 134–140.
- Puspita, M. D., Mulyadi, & Sianipar, P. B. H. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Infrastruktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 2(4), 310–322. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i4.1439>
- Rahma, A. (2024). Ukuran Perusahaan dan Kinerja Keuangan: Faktor Penting dalam Memprediksi Nilai Perusahaan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 11–19. <https://doi.org/10.37481/jmbev.v4i1.648>
- Ramadhan, Z., & Munawaroh, A. (2024). Struktur Kepemilikan Saham Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Properti Dan Real Estate. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 368–374.
- Ramadhiani, S., & Dewi, S. R. (2021). Pengaruh Tax Avoidance, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016-2018). *International Journal on Human Computing Studies*, 3(2), 192–202. www.journalsresearchparks.org/index.php/IJHCS
- Rauf Alhayra, A., Tangngisulu, J., Fajriah, Y., Studi, P., Manajemen, M., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bongaya, M. (2024). The Effect of Profitability on Company Value with Company Size as a Moderating Variable Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2669–2680. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Retnoningrum, I., & Retnani, E. D. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Agency Cost terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(3), 1–14.
- Royani Indah. (2020). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja keuangan sebagai Variabel Intervening (*Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2018*).
- Sani, A. (2020). Managerial Ownership and Financial Performance of the Nigerian Listed Firms: The Moderating Role of Board Independence. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 10(3), 64–73. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v10-i3/7821>
- Santry Afriani Dewi, Firman Surya, & Zahara. (2023). Analisis Pengaruh Kebijakan Hutang dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Agency Cost sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

- (BEI) Periode 2014-2017). *Akuntansi Dan Manajemen*, 13(1), 34–58. <https://doi.org/10.30630/jam.v13i1.30>
- Sari, A. (2022). Pengaruh Tax Avoidance dan Agency Cost terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 573–589. www.grensnews.com
- Sari, M. D., & Wulandari, P. P. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan
- Setyasari, N., Rahmawati, I. Y., Naelati Tubastuvi, N., & Aryoko, Y. P. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Board Diversity, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016 - 2020). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(1), 69. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i1.14046>
- Siregar, G. I., & Dewi, E. S. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.
- Susilowati, W. T. (2019). Pengaruh Tax Avoidance Dan Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Program Studi Akuntansi*, 8, 1–128.
- Utari, I. T. (2024). *Pengaruh Economic Performance , Environmental Performance dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Tobins ' Q)*. 8, 4866–4877.
- Vianna, V., & Yusnaini, Y. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Beban Pajak Tangguhan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perkebunan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2017-2021. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 2031–2042. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2497>
- Wardani, D. K., & Susilowati, W. T. (2020). Pengaruh Agency Cost Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2289>
- Wang, N., Pan, H., Feng, Y., & Du, S. (2023). How do ESG practices create value for businesses? Research review and prospects. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-12-2021-0515>
- Widiana, R., Prasetyo, Y., & Ernawati, N. (2024). *Pengaruh Earning Per Share (EPS), Price To Earning Ratio (PER), Dan Price To Book Value (PBV) terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bei Periode 2018-2022*. 2(4).
- Wira Oktafiandi, N., Winedar, M., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Soetomo Surabaya, F. (2024). *THE EFFECT OF TAX PLANNING ON COMPANY VALUE WITH COMPANY TRANSPARENCY AS A MODERATION VARIABLE IN REGISTERED PHARMACY COMPANIES ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE (IDX) 2018-2022*.
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Analisis Pengungkapan Good Corporate Governance (GCG) pada Perusahaan Indeks Pefindo25 (SME Index) Tahun 2011-2013. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(2), 809–820.