

MENINGKATKAN NILAI PERUSAHAAN MELALUI *TAX PLANNING*, *CAPITAL INTENSITY*, DAN UKURAN PERUSAHAAN

Azzah Latifah Kamilah¹, Nera Marinda Machdar²

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

202310315079@mhs.ubharajaya.ac.id

²Dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

nera.marinda@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of Tax Planning, Capital Intensity, and Company Size on Firm Value with reference to previous theories and studies. The literature generally shows that companies that are effective in tax planning, have a higher level of fixed assets, and are large in size are usually considered more profitable by investors. However, some studies show inconsistent results, possibly due to differences in industry sector characteristics, variations in analysis methods, and diverse company conditions. The results of this study confirm that these three variables are important factors in explaining Firm Value, while also opening opportunities for further research to expand the object and variables of research so that the understanding of the determinants of Firm value becomes more complete.

Keywords: *Tax Planning, Capital Intensity, Company Size, Firm Value.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh *Tax Planning*, *Capital Intensity*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan merujuk pada teori serta penelitian sebelumnya. Literatur secara umum memperlihatkan bahwa perusahaan yang efektif dalam perencanaan pajak, memiliki tingkat aset tetap yang lebih besar, dan berukuran besar biasanya dipandang lebih menguntungkan oleh investor. Meskipun demikian, beberapa studi menunjukkan hasil yang belum konsisten, kemungkinan karena perbedaan karakteristik sektor industri, variasi metode analisis, serta kondisi perusahaan yang beragam. Hasil kajian ini menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut merupakan faktor penting dalam menjelaskan Nilai Perusahaan, sekaligus membuka peluang bagi penelitian berikutnya untuk memperluas objek maupun variabel penelitian agar pemahaman terhadap penentu nilai perusahaan semakin utuh.

Kata Kunci: *Tax Planning, Capital Intensity, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.*

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 886

prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author Publish
by : musytari



This work is licensed under a
[creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Di tengah kompetisi global yang intens, setiap perusahaan menempatkan peningkatan Nilai Perusahaan sebagai sasaran penting. Nilai Perusahaan yang tinggi yang ditunjukkan oleh harga saham dan rasio Price to Book Value (PBV) bukan hanya melambangkan kondisi kinerja saat ini, tetapi juga mencerminkan harapan investor terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Sebagai cerminan kondisi ekonomi, pasar modal merespons berbagai keputusan strategis yang dibuat oleh manajemen. Namun, kerap kali terdapat kesenjangan antara pencapaian laba yang tinggi dengan reaksi pasar yang kurang positif. Fenomena ini menunjukkan bahwa investor menilai perusahaan berdasarkan indikator yang lebih kompleks daripada laba semata. Di sisi lain, manajemen memandang pajak sebagai pengurang laba yang diperoleh, sehingga berupaya menekan beban pajak melalui penerapan manajemen pajak untuk meminimalkan kewajiban pajak perusahaan. Pada intinya, nilai perusahaan mencerminkan bagaimana pasar menilai efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya serta mencapai pertumbuhan jangka panjang yang berkelanjutan.

Salah satu contoh fenomena yang relevan dengan pembahasan mengenai Nilai Perusahaan terjadi pada PT Unilever Indonesia Tbk. Sejak 2024, Unilever menghadapi masalah serius di pasar Indonesia akibat boikot konsumen yang dipicu oleh isu geopolitik, khususnya konflik di Gaza. Boikot tersebut mendorong sebagian konsumen menolak produk perusahaan global. Dampaknya terasa signifikan, dengan laporan penurunan pendapatan sebesar 18% pada kuartal ketiga sebagai akibat dari turunnya volume penjualan. Sentimen negatif konsumen semakin diperparah oleh hambatan distribusi internal, yang menyebabkan harga produk sulit dijaga kestabilannya dan pangsa pasar perusahaan terus menyusut. Unilever mengumumkan bahwa langkah-langkah penanganan besar akan dilakukan pada kuartal ketiga dan keempat, meskipun dampaknya tidak akan langsung terlihat. CFO Fernando Fernandez menyebutkan bahwa upaya tersebut mulai menunjukkan hasil awal, dan perusahaan mengklaim telah memulihkan sekitar 25% pangsa pasar yang hilang akibat boikot (Naidu, 2024).

Fenomena berikutnya melibatkan Bukalapak, sebuah perusahaan e-commerce Indonesia, yang pada awal Januari 2025 menyatakan akan menghentikan seluruh penjualan barang fisik di platform marketplace mereka. Langkah ini diambil sebagai respons terhadap kompetisi yang semakin ketat dari para pemain besar seperti Shopee (di bawah Sea) dan Tokopedia (yang kini berada di bawah kendali ByteDance/TikTok). Bukalapak menyampaikan bahwa setelah 9 Februari 2025, pembeli tidak lagi dapat memesan sejumlah produk fisik, dan pesanan yang belum diproses menjelang awal Maret akan dibatalkan. Perusahaan kemudian akan memusatkan bisnisnya pada penjualan produk virtual, termasuk pulsa telepon, token listrik, voucher layanan streaming, dan berbagai produk digital lainnya. Dalam penjelasannya, Bukalapak menegaskan bahwa perubahan ini dilakukan untuk memperkuat lini produk virtual yang dinilai lebih menguntungkan dan lebih relevan dengan situasi persaingan saat ini. Mereka juga menekankan komitmen untuk mendukung para penjual agar proses peralihan ke model bisnis baru dapat berjalan dengan baik (Reuters, 2025).

Mengacu pada uraian sebelumnya, sejumlah penelitian telah mencoba menelaah berbagai faktor yang memengaruhi Nilai Perusahaan, seperti Tax Planning, Capital Intensity, dan Ukuran Perusahaan. Di antara ketiga variabel tersebut, Tax Planning dianggap sebagai faktor utama yang berpotensi memengaruhi Nilai Perusahaan. Beberapa penelitian terdahulu bahkan menunjukkan bahwa Tax Planning memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (Pratiwi & Reschiwati, 2022) dan (Tarigan *et al.*, 2024). Sebaliknya, beberapa penelitian terdahulu melaporkan bahwa Tax Planning justru berkontribusi secara negatif terhadap Nilai Perusahaan (Nashar *et al.*, 2022) dan (Astuti & Hernawati, 2021).

Faktor kedua yang diperkirakan turut memengaruhi Nilai Perusahaan adalah Capital Intensity. Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa Capital Intensity berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut (G. V. R. A. Siregar & Yanti, 2024), (Rahman *et al.*, 2023) dan (Helenia *et al.*, 2022). Di sisi lain, sejumlah studi sebelumnya menyimpulkan bahwa Capital Intensity memberikan dampak negatif terhadap Nilai Perusahaan (Aniatun *et al.*, 2022) dan (Supia *et al.*, 2019).

Faktor ketiga yang diperkirakan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan adalah Ukuran Perusahaan. Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan adalah sebagai berikut (Rajagukguk *et al.*, 2019), (Usman *et al.*, 2020), (Putri *et al.*, 2024), (Carolyn & Susilawati, 2024) dan (Susesti & Wahyuningtyas, 2020). Adapun penelitian terdahulu yang menemukan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan antara lain (Wijaya & Susilowati, 2024), (Ramdhonah *et al.*, 2019), dan (Yohana *et al.*, 2021).

Melihat hasil penelitian terdahulu yang masih menunjukkan ketidaksesuaian terkait pengaruh *Tax Planning*, *Capital Intensity*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, penulis memilih untuk mengangkat judul **“Meningkatkan Nilai Perusahaan melalui Tax Planning, Capital Intensity, dan Ukuran Perusahaan”**. Melalui penelaahan hubungan antarvariabel tersebut, artikel ini diharapkan mampu memberikan pemahaman baru bagi peneliti, praktisi bisnis, dan pembuat kebijakan tentang pentingnya pengelolaan pajak, pemanfaatan aset tetap, serta skala perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Artikel ini bertujuan memperdalam pemahaman mengenai cara perusahaan merespons ketidakpastian ekonomi, persaingan pasar, dan perubahan regulasi melalui strategi keuangan yang tepat. Faktor-faktor internal seperti efisiensi pengelolaan pajak, tingkat intensitas modal, dan ukuran perusahaan merupakan elemen kunci yang memengaruhi keberlanjutan serta potensi pertumbuhan jangka Panjang. Berdasarkan pemahaman tersebut, perusahaan diharapkan dapat menyusun strategi yang lebih efektif, memperkuat posisi kompetitif, dan menciptakan nilai berkelanjutan bagi pemegang saham maupun pemangku kepentingan lainnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Nilai Perusahaan

Teori Nilai Perusahaan berasumsi bahwa keputusan terkait investasi, pendanaan, dan kebijakan dividen merupakan faktor kunci dalam menentukan kemampuan perusahaan menciptakan nilai jangka panjang. Teori tersebut turut menggarisbawahi bahwa efektivitas dan efisiensi dalam penggunaan sumber daya diperlukan untuk menghasilkan arus kas yang stabil dan memperkuat nilai pasar saham perusahaan (Setiawan & Khajar, 2022). Dalam pandangan *Theory of the Firm*, setiap keputusan strategis perlu dioptimalkan agar menimbulkan sinyal positif di pasar, yang pada akhirnya meningkatkan harga saham dan memperkuat nilai perusahaan. Hubungan teori ini erat dengan *Agency Theory* dan *Signaling Theory*, karena manajemen dituntut untuk menyeimbangkan kepentingan pemilik modal sekaligus memastikan keterbukaan informasi guna mengurangi ketimpangan informasi (Murinda *et al.*, 2021).

Agency Theory

Menurut teori keagenan (*agency theory*), hubungan antara pemilik sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen muncul ketika pemilik memberikan mandat kepada manajer untuk mengelola perusahaan. Kedua pihak ini memiliki kepentingan yang tidak selalu sejalan, sehingga masing-masing berupaya memaksimalkan keuntungan atau utilitasnya sendiri. Hubungan keagenan terjadi saat prinsipal menyerahkan kepercayaan serta otoritas kepada agen untuk menjalankan

tugas tertentu dan mengambil keputusan atas nama prinsipal. (Khairunnisa & Zuhri, 2023). Secara umum, agen dan prinsipal memiliki tujuan serta preferensi yang tidak selalu sejalan. Meskipun agen bertanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan prinsipal sebagai pemilik perusahaan, mereka juga berusaha memenuhi kepentingan pribadi. Karena agen mengelola aktivitas operasional secara langsung, mereka memiliki informasi yang lebih lengkap dibandingkan prinsipal, sehingga kondisi ini sering kali memberikan keuntungan bagi pihak agen (Lesmono & Siregar, 2021).

Signaling Theory

Teori sinyal menjelaskan bahwa dalam suatu hubungan, masing-masing pihak biasanya memiliki porsi informasi yang berbeda, sehingga menimbulkan ketidakseimbangan pengetahuan, di mana satu pihak lebih mengetahui kondisi sebenarnya dibandingkan pihak lainnya. Hal ini berkaitan dengan asimetri informasi yang menunjukkan adanya disparitas pengetahuan antara manajemen perusahaan dan stakeholder. Dengan demikian, manajer perlu menyediakan laporan keuangan guna mengkomunikasikan informasi penting kepada para pemangku kepentingan (Lestari, 2025). Perusahaan dapat memberikan sinyal melalui aktivitas promosi maupun penyajian informasi yang dirancang untuk memperlihatkan kelebihan perusahaan dibandingkan pesaingnya. (Aldi *et al.*, 2020).

Tax Planning

Tax planning adalah strategi yang bertujuan mengurangi beban pajak, sehingga pembayaran pajak dilakukan sesuai dengan kewajiban yang berlaku. Secara keseluruhan, *Tax planning* ini dilakukan untuk meminimalkan pembayaran pajak tanpa menyalahi peraturan yang berlaku (Suryati & Setyawati, 2024). Perusahaan menjalankan perencanaan pajak sebagai cara legal dan terstruktur untuk meminimalkan kewajiban pajak dengan mengatur transaksi serta kebijakan fiskalnya secara efisien. Meski demikian, pendekatan perencanaan pajak yang terlalu agresif dapat memberi ruang bagi manajemen untuk mengutak-atik laba guna menurunkan jumlah pajak yang harus dibayar (Silalahi & Machdar, 2025).

Capital Intensity

Capital intensity memiliki peran penting bagi investor karena memberikan gambaran mengenai efisiensi penggunaan modal oleh perusahaan. Rasio ini menggambarkan besarnya investasi dalam aset tetap dibandingkan dengan total aset yang dimiliki pada periode tertentu. Semakin tinggi tingkat *Capital Intensity*, semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan demikian, tingginya laba yang diperoleh dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modal, sebab mereka menilai perusahaan dengan strategi dan kinerja penjualan yang baik berpotensi memberikan keuntungan yang lebih besar (Aniatun *et al.*, 2022). *Capital Intensity* dapat juga diartikan sebagai sejauh mana perusahaan mengalokasikan dananya untuk kegiatan operasional serta pendanaan aset dalam rangka memperoleh keuntungan (Alamsah & Adi, 2022).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan sering dipandang sebagai bentuk komitmen manajemen dalam meningkatkan serta mengendalikan kinerja perusahaan, sehingga dapat menarik minat investor dan meyakinkan mereka bahwa perusahaan mampu memberikan tingkat pengembalian yang sepadan dengan saham yang dimiliki (Carolyn & Susilawati, 2024). Perusahaan berukuran besar biasanya memiliki sumber daya yang lebih memadai untuk menerapkan berbagai strategi akuntansi, namun di saat yang sama mereka juga berada di bawah pengawasan yang lebih ketat

dari regulator maupun publik. Oleh sebab itu, perusahaan dengan skala yang lebih besar diharapkan menunjukkan tingkat transparansi dan akuntabilitas yang lebih tinggi (Rumapea & Machdar, 2025).

Nilai Perusahaan

Tujuan utama pendirian perusahaan pada umumnya adalah menghasilkan laba maksimal, sebab laba yang tinggi diyakini mampu meningkatkan kesejahteraan pemegang saham sekaligus menarik calon investor. Nilai perusahaan mencerminkan bagaimana investor memandang kinerja perusahaan, dan hal ini tampak pada pergerakan harga saham. Meningkatnya nilai perusahaan menunjukkan semakin besarnya manfaat atau kemakmuran yang diperoleh pemilik saham (Susesti & Wahyuningtyas, 2020). Keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang merupakan faktor penting yang harus dipertahankan untuk menjaga eksistensinya di pasar. Nilai Perusahaan menjadi ukuran kesejahteraan pemegang saham, karena peningkatan harga saham menandakan meningkatnya Nilai Perusahaan itu sendiri. Dengan demikian, nilai perusahaan dapat diartikan sebagai harga pasar yang mencerminkan besaran nilai suatu entitas jika perusahaan tersebut akan dibeli atau diinvestasikan oleh pihak luar (Ester & Hutabarat, 2020).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan studi literatur sebagai pendekatan utamanya. Proses analisis mencakup penelaahan literatur terkait yang membahas keterkaitan antara *Tax Planning*, *Capital Intensity*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal dan publikasi ditelusuri melalui *Google Scholar*, *Semantic Scholar*, situs resmi, serta berbagai sumber akademik lainnya. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman analitis dan mendalam mengenai hubungan antarvariabel sebagaimana didukung oleh penelitian sebelumnya.

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan (Y)

Apabila Nilai Perusahaan meningkat, maka nilai pemegang saham juga akan mengalami kenaikan, yang ditandai dengan meningkatnya tingkat pengembalian investasi kepada pemegang saham. (I. G. Siregar & Dewi, 2022). Nilai perusahaan dapat dinilai melalui rasio Tobin's Q, yaitu rasio antara nilai pasar perusahaan dan nilai bukunya. Rasio ini menunjukkan sejauh mana pasar memberikan penilaian terhadap aset perusahaan dibandingkan dengan nilai akuntansinya. Semakin tinggi Tobin's Q, semakin besar apresiasi pasar terhadap perusahaan, yang menandakan adanya prospek pertumbuhan, kinerja yang efisien, atau peluang keuntungan di masa mendatang (Lau & Machdar, 2025).

Variabel Independen

Tax Planning (X1)

Tax Planning dapat diartikan sebagai usaha yang sah untuk mengurangi pajak dengan memanfaatkan berbagai ketentuan dalam peraturan perpajakan untuk meminimalkan beban pajak (Astuti & Hernawati, 2021). Perencanaan pajak biasanya diukur dengan effective tax rate (ETR), yang diperoleh dari perbandingan beban pajak penghasilan dengan laba sebelum pajak. Ukuran ini memberikan gambaran mengenai besarnya persentase laba yang digunakan untuk membayar pajak. ETR yang lebih kecil menunjukkan bahwa perusahaan mampu menekan kewajiban pajaknya melalui praktik perencanaan pajak yang legal dan efisien (Astuti & Hernawati, 2021).

Capital Intensity (X2)

Capital Intensity menggambarkan ukuran investasi perusahaan terhadap aset tetap. Aset tetap adalah aset jangka panjang yang cenderung permanen, memiliki bentuk fisik, digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan, dan tidak direncanakan untuk dijual kembali. (Alamsah & Adi, 2022). Pengukuran *Capital Intensity* dilakukan melalui rasio antara aset tetap dan total aset perusahaan. Rasio ini mencerminkan sejauh mana perusahaan menempatkan investasinya pada aset tetap dibandingkan dengan aset lainnya. Rasio yang lebih tinggi mengindikasikan bahwa operasional perusahaan semakin bertumpu pada aset tetap (Setyaningsih *et al.*, 2023).

Ukuran Perusahaan (X3)

Ukuran Perusahaan merefleksikan skala dari suatu entitas bisnis, biasanya diukur berdasarkan total aset atau total penjualan bersih. Jika jumlah aset atau penjualan meningkat, ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan semakin besar (Astuti & Hernawati, 2021). Ukuran perusahaan biasanya diukur menggunakan total aset, kemudian nilainya diubah ke logaritma natural ($\ln$ Total Aset). Pengukuran tersebut menggambarkan besarnya sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan fungsi dan aktivitas operasionalnya (Heriana *et al.*, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dan kajian teori yang relevan sebelumnya, pembahasan dalam artikel tinjauan literatur ini disajikan sebagai berikut:

Pengaruh *Tax Planning* terhadap Nilai Perusahaan

Tax Planning perlu dilakukan agar wajib pajak mampu memenuhi kewajiban perpajakannya secara efisien dan efektif. Perusahaan yang menerapkan strategi *Tax Planning* dapat meningkatkan Nilai Perusahaannya karena lebih optimal dalam mengelola dan melunasi pajak terutang, serta menunjukkan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan. Melalui strategi Perencanaan Pajak yang tepat, perusahaan juga dapat meningkatkan peluang keuntungan yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan Nilai Perusahaan. (Anisran & Ma'wa, 2023). Indikasi adanya perencanaan pajak dapat dilihat dari besaran Tarif Pajak Efektif. Tarif yang lebih rendah menunjukkan tingkat perencanaan pajak yang tinggi, sebab beban pajak penghasilan menjadi lebih kecil dibanding pendapatan sebelum pajak. Di sisi lain, peningkatan Price Earning Ratio (PER) menandakan bahwa harga saham berada pada level yang lebih tinggi dibandingkan laba bersih per saham. PER yang tinggi umumnya menunjukkan harapan positif pasar terhadap kinerja serta masa depan perusahaan (Christiani *et al.*, 2021). Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Nashar *et al.*, 2022), (Anisran & Ma'wa, 2023) dan (Bernardin & Karina, 2021) yang mengonfirmasi bahwa *Tax Planning* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Capital Intensity* terhadap Nilai Perusahaan

Capital Intensity merefleksikan sejauh mana aset perusahaan dapat digunakan secara efisien untuk menciptakan penjualan. Selain itu, konsep ini memperlihatkan bagaimana perusahaan mengalokasikan dana bagi aktivitas operasional dan pembiayaan aset guna memperoleh laba. Efektivitas pengelolaan aset dapat memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu, pengelolaan aset tetap yang semakin optimal akan meningkatkan produktivitas aset dalam menghasilkan nilai bagi perusahaan (Alam, 2024). Tingkat besar kecilnya *Capital Intensity* berpengaruh terhadap pendapatan yang dihasilkan perusahaan. Tingginya *Capital Intensity* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang lebih besar. Kondisi ini mendorong investor untuk berinvestasi, karena perusahaan dengan strategi yang efektif dan penjualan yang kuat dianggap mampu memberikan imbal hasil optimal. Dengan demikian,

meningkatnya ketertarikan investor akan berdampak pada naiknya Nilai Perusahaan (Helenia *et al.*, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (G. V. R. A. Siregar & Yanti, 2024), (Rahman *et al.*, 2023), dan (Helenia *et al.*, 2022) membuktikan bahwa *Capital Intensity* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan besar umumnya lebih mudah mendapatkan perhatian pasar karena kinerjanya lebih terlihat dan dikenal luas. Akan tetapi, meskipun aset atau skala usaha perusahaan tergolong besar, investor tidak akan menganggapnya sebagai sinyal positif apabila pertumbuhan tersebut tidak diikuti dengan penciptaan nilai tambah, seperti profit yang meningkat, diversifikasi produk, atau ekspansi pasar yang berhasil. Dalam kondisi demikian, ukuran perusahaan tidak cukup kuat untuk mengangkat harga saham. Oleh sebab itu, ukuran yang besar tidak selalu berbanding lurus dengan tingginya harga saham. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian pada (Susanti *et al.*, 2025). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian pada (Susanti *et al.*, 2025). Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rajagukguk *et al.*, 2019), (Usman *et al.*, 2020), (Putri *et al.*, 2024), (Carolyn & Susilawati, 2024), dan (Susesti & Wahyuningtyas, 2020) menyimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan dan bersifat positif terhadap Nilai Perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil literature review ini mengindikasikan bahwa *Tax Planning*, *Capital Intensity*, dan Ukuran Perusahaan pada umumnya memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan yang mampu menerapkan perencanaan pajak secara efektif, memiliki aset tetap dalam proporsi tinggi, serta beroperasi dalam skala besar cenderung mendapatkan penilaian yang lebih baik dari pasar. Meski demikian, sejumlah penelitian sebelumnya masih menunjukkan ketidakkonsistenan hasil karena perbedaan konteks industri maupun metode pengukuran. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang relevan serta memperluas objek kajian agar pemahaman mengenai determinan nilai perusahaan menjadi lebih mendalam. Secara komprehensif, hasil kajian ini menegaskan bahwa *Tax Planning*, *Capital Intensity*, dan Ukuran Perusahaan harus menjadi pertimbangan utama dalam menilai faktor-faktor yang menentukan Nilai Perusahaan.

REFERENSI

- Alam, R. (2024). *Pengaruh Debt To Equity Ratio, Return On Assets, Ukuran Perusahaan, Capital Intensity, dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Alamsah, J., & Adi, A. E. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Capital Intensity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5564-5571.
- Aldi, M. F., Erlina, & Amalia, K. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007-2018. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(1), 262-276.
- Aniatun, N., Wiryaningtyas, D. P., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Capital Intensity dan Thin Capitalization Terhadap Nilai Perusahaan dengan Tax Avoidance sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2020. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(2), 302-317.
- Anisran, F., & Ma'wa, M. A. F. (2023). Pengaruh Tax Planning & Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(2), 305-318.

- Astuti, N. E., & Hernawati, E. (2021). Pengaruh Perencanaan Pajak, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(1).
- Bernardin, D. E. Y., & Karina, E. (2021). Nilai Perusahaan: Perencanaan Pajak dan Kepemilikan Manajerial Serta Transparansi Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Financia*, 2(1), 1-12.
- Carolin, J. Y., & Susilawati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 588-597.
- Christiani, Y. N., Rane, M. K. D., & Sine, D. A. (2021). Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 77-88.
- Ester, Y., & Hutabarat, F. (2020). Pengaruh Tax Avoidance dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia (JIAI)*, 5(2), 165-176.
- Helenia, F. S., Abbas, D. S., Hamdani, & Rohmansyah, B. (2022). Pengaruh Competitive Advantage , Capital Intensity , Return On Asset , Thin Capitalization Terhadap Firm Value. *Jurnal Mahasiswa*, 4(4), 26-40.
- Heriana, P. K., Nuryati, T., Rossa, E., & Machdar, N. M. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility , Ukuran Perusahaan , dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance. *Sinomika Journal*, 2(1), 45-54.
- Khairunnisa, H. N. H., & Zuhri, M. (2023). Kontribusi Capital Expenditure Sebagai Penguat Dampak Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Profitabilitas Perusahaan Korporasi. *Jurnal Manajemen Perbankan (Jumpa)*, 10(3), 23-39. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v10i3.578>
- Lau, A., & Machdar, N. M. (2025). Pengaruh Profitabilitas , Kebijakan Dividen , dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Food and Beverage di Indonesia. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(04), 1394-1397.
- Lesmono, B., & Siregar, S. (2021). Studi Literatur Tentang Agency Theory. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 203-210. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1128>
- Lestari, R. P. I. P. (2025). Pengaruh Capital Intensity, Free Cash Flow, dan Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2018-2022. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)*, 2(1), 1632-1646.
- Murinda, C. S., Islahuddin, & A, N. (2021). Firm Value: Does Corporate Governance and Research & Development Investment Matter? *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 266-284. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i2.16786>
- Naidu, R. (2024). *Unilever making "drastic" changes in Indonesia amid boycotts*. Reuters. <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/unilever-making-drastic-changes-indonesia-amid-boycotts-2024-10-24>
- Nashar, M., Tartilla, N., & Putri, W. W. R. (2022). Pengaruh Tax Planning , Profitabilitas , dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Bod Diversity Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(3), 290-303.
- Pratiwi, N. A., & Reschiwati. (2022). Perencanaan Pajak , Kepemilikan Manajerial , dan Covid-19 Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(3), 1-14. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i3.491>
- Putri, M. R. S., Hermuningsih, S., & Wiyono, G. (2024). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Ukuran Perusahaan , dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1823-1838.
- Rahman, J., Sasanti, E. E., & Kartikasari, N. (2023). Pengaruh Intensitas Aset Biologis,

- Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Modal Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 22(2), 154-165. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v22i2.208>
- Rajagukguk, L., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas , Ukuran Perusahaan , Keputusan Investasi , dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, 3(1), 77-90.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal , Ukuran Perusahaan , Pertumbuhan Perusahaan , dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*, 7(1), 67-82. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>
- Reuters. (2025). *Indonesia e-commerce firm Bukalapak to stop selling physical goods as competition mounts*. Reuters. <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/indonesia-e-commerce-firm-bukalapak-stop-selling-physical-goods-competition-2025-01-08>
- Rumapea, G. O., & Machdar, N. M. (2025). Peran Kualitas Laba Sebagai Moderasi dalam Pengaruh Tax Planning, Beban Pajak Tangguhan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(04), 1304-1310.
- Setiawan, W., & Khajar, I. (2022). Peningkatan Nilai Perusahaan Berbasis Theory Of Firm dan Agency Theory. *EKOBIS*, 23(2), 16-28.
- Setyaningsih, F., Nuryati, T., Rossa, E., & Machdar, N. M. (2023). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance. *Sinomika Journal*, 2(1), 35-44.
- Silalahi, D. S., & Machdar, N. M. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Perencanaan Pajak, Beban Pajak Tangguhan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba dengan Intensitas Pajak Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Kertas dan Kemasan di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2024. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(03), 1506-1510.
- Siregar, G. V. R. A., & Yanti, H. B. (2024). Pengaruh Intensitas Modal , Kinerja Keuangan , Pertumbuhan Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Properties and Real Estate. *Journal Of Social Science Research*, 4(4), 16178-16187.
- Siregar, I. G., & Dewi, S. E. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai P erusahaan. *Comparative: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 42-57. <https://doi.org/10.31000/combis.v4i2.xxxx>
- Supia, M. I., Aprilia, S., Sembiring, N., Sekali, L. M. B. K., & Aruan, D. A. (2019). *Pengaruh Current Ratio , Intensitas Modal Dan Net Profit Margin Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur , Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019*.
- Suryati, & Setyawati, W. (2024). Pengaruh Financial Distress, Capital Intensity dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Energi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(5), 437-453.
- Susanti, E., Azwar, K., & Ervina, N. (2025). Dampak Capital Intensity, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 8(2), 1072-1083.
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Journal Acccounting and Management*, 6(1).
- Tarigan, D. L., 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.

- Usman, Onechojon, T., Okaiwele, Izilin, M., & Bassey, N. (2020). Corporate Tax Planning , Board Compensation and Firm Value in Nigeria. *Accounting & Taxation Review*, 4(3).
- Wijaya, L. H., & Susilowati, C. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, 12(1), 105-112.
- Yohana, Bp, A. I., Kalbuana, N., & Cahyadi, C. I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 4(2), 58-66.