

**PENGARUH *GROWTH OPPORTUNITY*, PERENCANAAN PAJAK DAN
INVENTORY TURNOVER TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Aditya Nabilah Putri
Universitas Pamulang
adityanabila13@gmail.com

Adhitiya Putri Pratiwi
Universitas Pamulang
dosen02053@unpam.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of growth opportunities, tax planning, and inventory turnover on firm value among non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2020–2024 period. The study employs a quantitative approach using secondary data derived from financial statements and annual reports. The sample was selected using purposive sampling, resulting in 31 companies and 155 observations. Analysis was conducted using panel data regression with the aid of e-views 12. The results indicate that growth opportunities, tax planning, and inventory turnover simultaneously have a significant effect on firm value. Individually, growth opportunities do not significantly affect firm value, whereas tax planning has a positive and significant effect. Inventory turnover does not significantly affect firm value. These findings suggest that tax efficiency is prioritized over asset growth and inventory turnover when it comes to enhancing firm value.

Keywords: *Growth Opportunity, Tax Planning, Inventory Turnover, Firm Value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan. Sampel ditentukan melalui purposive sampling dan menghasilkan 31 perusahaan atau 155 observasi. Analisis dilakukan menggunakan regresi data panel dengan bantuan *e-views 12*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan. *Inventory turnover* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa efisiensi perpajakan lebih diperhatikan dalam meningkatkan nilai perusahaan dibandingkan pertumbuhan aset dan perputaran persediaan secara individual.

Kata Kunci: Peluang Pertumbuhan, Perencanaan Pajak, Perputaran Persediaan, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja dan daya saingnya agar mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Dalam kondisi persaingan yang ketat, tujuan utama perusahaan tidak hanya memperoleh laba, tetapi juga meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang baik cenderung memiliki nilai lebih tinggi karena investor melihat potensi keuntungan yang lebih besar (Uri & Rinofah, 2021). Sektor *consumer non-cyclicals* salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena menghasilkan berbagai kebutuhan pokok masyarakat, seperti makanan dan minuman, produk rumah tangga, serta kebutuhan sehari-hari lainnya. Karakteristik sektor ini yang relatif stabil menjadikan daya tarik investor, terutama pada kondisi ekonomi yang penuh ketidakpastian. Namun demikian, perusahaan-perusahaan dalam sektor ini tetap menghadapi berbagai tantangan yang dapat memengaruhi kinerja operasional maupun nilai perusahaan (Tarigan *et al.*, 2024). Fenomena yang menjadi perhatian pada tahun 2023 adalah terjadinya boikot berkepanjangan yang dipicu dari adanya aksi masyarakat yang menolak untuk membeli atau menggunakan produk dan layanan dari perusahaan atau negara tertentu. PT Unilever Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang terkena dampak dari boikot dan berdampak signifikan terhadap kinerja perusahaan. terlihat dari penurunan penjualan bersih sebesar 8,99% pada tahun sebelumnya dan penurunan lanjutan sebesar 6,32% pada tahun 2023 (Marchelin, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa seruan boikot memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian, sehingga berdampak negatif pada pendapatan perusahaan. Hal ini menjadi tantangan bagi Unilever untuk menemukan pendekatan yang lebih tepat dalam membangun kembali kepercayaan. Selain itu, penurunan daya beli masyarakat dan Persaingan yang semakin ketat dengan merek lokal yang menawarkan produk dengan harga lebih terjangkau juga

memperlambat pemulihan kinerja perusahaan (Setiana *et al.*, 2025). Persepsi negatif masyarakat terhadap Unilever yang dianggap pro-Israel menjadi akar masalah utama dalam krisis citra merek yang dialami. Persepsi tersebut menyebabkan konsumen Indonesia enggan membeli produk Unilever, sehingga memicu penurunan penjualan yang tajam. Kondisi ini menunjukkan bahwa sentimen sosial dan politik dapat memberikan dampak besar terhadap nilai dan kinerja perusahaan (Marchelin, 2025). Fenomena boikot berkepanjangan yang dialami Unilever Indonesia membuka ruang penelitian penting untuk memahami bagaimana krisis reputasi dan persepsi negatif konsumen memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian terdahulu banyak menyoroti faktor internal seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, dan struktur modal dalam menentukan tolak ukur nilai perusahaan, namun belum banyak mengkaji faktor internal seperti *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* yang berperan dalam membentuk persepsi investor dan konsumen (Fauziah, 2023). Nilai perusahaan sering kali dikaitkan dengan harga saham perusahaan di pasar modal. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dalam meningkatkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan agar mampu menarik investor dan meningkatkan daya saing di pasar (Ariyadni & Irawati, 2023). *Growth opportunity* yang mencerminkan potensi perusahaan untuk ekspansi dan inovasi, sering menjadi indikator utama yang digunakan investor dalam menilai prospek jangka panjang (Putra, 2022). Namun, dalam situasi krisis seperti boikot, potensi pertumbuhan ini dapat terhambat oleh menurunnya kepercayaan konsumen dan citra merek negatif (Nanda Saputri *et al.*, 2025). Oleh karena itu, pemahaman mengenai interaksi *growth opportunity* dengan faktor eksternal seperti boikot penting untuk mengukur dampaknya terhadap nilai perusahaan. Perencanaan pajak juga merupakan aspek strategis yang memengaruhi nilai perusahaan melalui pengelolaan beban pajak yang efisien, sehingga meningkatkan arus kas dan profitabilitas. Namun, dalam kondisi krisis reputasi, strategi ini harus dijalankan dengan hati-hati agar tidak menimbulkan persepsi negatif tambahan di mata publik dan regulator (Dewi & Wulandari, 2025).

Inventory turnover sebagai indikator efisiensi operasional berperan dalam menjaga kesehatan keuangan perusahaan. Perputaran persediaan yang optimal dapat meningkatkan likuiditas dan mengurangi biaya penyimpanan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, dalam kondisi pasar yang terganggu akibat boikot, pengelolaan persediaan menjadi lebih kompleks karena fluktuasi permintaan yang tidak menentu (Winandari, 2024). Penelitian ini berupaya mengintegrasikan ketiga faktor internal tersebut dengan faktor eksternal berupa boikot yang terjadi pada PT Unilever Indonesia. Dengan demikian, diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika nilai perusahaan dalam menghadapi tantangan sosial-politik yang signifikan (Saputri *et al.*, 2025). Berbagai penelitian telah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di antaranya, *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover*. Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya inkonsistensi (*research gap*) sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut. Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih besar karena investor menilai perusahaan memiliki prospek laba di masa depan. Akan tetapi, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten, penelitian yang dilakukan oleh Ariyadni & Irawati (2023) menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh perencanaan pajak, dan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan, dimana perusahaan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian Halim (2022) menyatakan bahwa adanya pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perencanaan pajak dilakukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak secara legal sehingga laba setelah pajak meningkat serta mampu meningkatkan nilai perusahaan. Namun demikian, efektivitas strategi ini masih menjadi perdebatan. Sebagian penelitian menyimpulkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena efisiensi pajak dapat memperbaiki posisi keuangan perusahaan dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sari & Afridayani (2026) menyatakan secara parsial perencanaan pajak berpengaruh secara signifikan. Sebaliknya, dalam penelitian Aniah & Ayem (2022) menunjukkan

pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *Inventory turnover* salah satu indikator efisiensi perusahaan dalam mengelola persediaan. Tingginya *inventory turnover* umumnya mencerminkan efektivitas pengelolaan aset lancar sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan Asmoro & Oetomo (2018) serta Balqis *et al.*, (2026) menyatakan bahwa *inventory turnover* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan efisiensi operasional yang mampu meningkatkan laba dan kepercayaan investor. Akan tetapi, penelitian Fauziyah & Iskandar (2025) menunjukkan bahwa *inventory turnover* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Terdapat inkonsistensi hasil penelitian pada masing-masing variabel, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menguji variabel tersebut secara terpisah atau hanya mengkombinasikan satu atau dua variabel independen. Penelitian yang mengintegrasikan *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* dalam satu model untuk menjelaskan nilai perusahaan masih relatif terbatas. Perubahan kondisi ekonomi pada tragedi pemboikotan, meningkatnya perhatian terhadap pertumbuhan dan operasional perusahaan, serta perubahan regulasi perpajakan yang berpotensi memengaruhi hubungan antar variabel. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris terbaru sehingga dapat memperluas wawasan dan literatur serta menjelaskan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya.

TELAAH LITERATUR

Nilai perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan penilaian keseluruhan investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan dan pada dasarnya berorientasi pada memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham melalui peningkatan harga saham. Harga saham yang lebih tinggi menunjukkan nilai perusahaan yang lebih tinggi, yang pada gilirannya menarik minat investor yang lebih besar serta mendukung keberlangsungan usaha perusahaan. Ketika nilai perusahaan meningkat, hal tersebut

memberikan sinyal kepada investor bahwa kinerja perusahaan saat ini dapat dipertahankan pada periode-periode mendatang, sehingga meningkatkan kemakmuran pemegang saham (Aprilia & Suzan, 2026). Nilai perusahaan mengacu pada penjualan perusahaan yang berkaitan dengan keberhasilan manajemen bisnis, serta tingkat penjualan dan likuiditasnya. Banyak investor dan analis keuangan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV) sebagai indikator untuk menilai suatu perusahaan (Fauziah, 2023). Penilaian ini diketahui dari nilai jual aset perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi atau nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai dengan harga saham (Irnawati *et al.*, 2023). Rumus yang dipakai pada penelitian ini yaitu:

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Keterangan:

PBV = *Price to Book Value*

Harga Pasar per Lembar Saham = Harga pasar tahun ini per lembar saham

Nilai Buku per Lembar Saham = Dihitung dengan membagi total ekuitas pemegang saham dengan jumlah saham yang beredar.

Growth Opportunity

Growth opportunity merupakan peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan untuk berkembang dan meningkatkan kinerja usahanya di masa mendatang. Peluang pertumbuhan tersebut dapat tercermin dari kemampuan perusahaan dalam meningkatkan aset, penjualan, laba, maupun melakukan ekspansi bisnis yang berpotensi menghasilkan keuntungan di masa depan. Perusahaan yang memiliki *growth opportunity* tinggi umumnya dipandang memiliki prospek yang baik sehingga mampu menarik minat investor untuk menanamkan modalnya (Nurhalimah & Asmilia, 2024). *Growth opportunity* menjadi tolak ukur keberhasilan

suatu perusahaan karena pertumbuhan yang baik akan mencerminkan perusahaan tersebut baik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Besaran *growth opportunity* perusahaan akan memengaruhi jumlah dana yang diperlukan untuk mendanai investasi tersebut (Ariyadni & Irawati, 2023). Rumus yang dipakai pada penelitian ini yaitu:

$$\text{Pertumbuhan Aset} = \frac{\text{Total Aset Tahun}^t - \text{Total Aset Tahun}^{t-1}}{\text{Total Aset Tahun}^{t-1}}$$

Keterangan:

Total Aset Tahun t: Nilai total aset perusahaan pada akhir tahun t (periode saat ini), yang mencakup semua aset lancar dan tetap yang tercatat dalam neraca keuangan.

Total Aset Tahun (t-1): Nilai total aset perusahaan pada akhir tahun t-1 (periode sebelumnya), sebagai dasar perbandingan.

Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak (*tax planning*) merupakan kemampuan wajib pajak dalam mengatur dan menyusun aktivitas keuangan agar beban pajak yang timbul dapat diminimalkan tanpa melanggar ketentuan yang berlaku (Latief *et al.*, 2022). Teori perpajakan mengaitkan *tax planning* dengan praktik *effective tax planning*, yaitu upaya sistematis untuk memperoleh penghematan pajak melalui skema *tax avoidance* yang masih berada dalam batas legal. Perencanaan pajak ini tidak bertujuan menghindari kewajiban, melainkan memastikan bahwa seluruh keputusan dan transaksi dilakukan secara efisien sehingga tidak menimbulkan beban pajak yang tidak perlu. Perencanaan pajak dapat dicapai melalui pemanfaatan celah ketentuan peraturan perundang-undangan yang belum diatur secara rinci, yang sering disebut *loopholes*, tanpa melanggar hukum perpajakan. *Effective Tax Rate* (ETR) yang rendah menandakan bahwa perusahaan membayar pajak lebih sedikit daripada perusahaan sejenis, akibat strategi penghematan yang lebih agresif atau faktor lain yang memengaruhi kewajiban pajak. Sebaliknya, ETR yang tinggi mengindikasikan beban pajak lebih besar daripada rata-rata industri, yang mungkin

disebabkan oleh minimnya perencanaan pajak atau pengaruh faktor eksternal lainnya (Tarigan *et al.*, 2024). Rumus yang dipakai pada penelitian ini yaitu:

$$ETR = \frac{Tax\ Expense}{Pretax\ Income}$$

Keterangan:

ETR = *Effective tax rate*

Tax Expense = Beban pajak

Pretax Income = Laba sebelum pajak

Inventory Turnover

Inventory Turnover (Perputaran Persediaan) merupakan rasio aktivitas yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola persediaannya selama suatu periode tertentu. *Inventory turnover* menjelaskan berapa kali bahan baku diubah menjadi barang jadi dan terjual hanya dalam periode waktu tertentu. Tingginya tingkat perputaran persediaan, maka semakin tinggi pula tingkat laba bersih yang dimiliki perusahaan (Setianingtyas & Gantino, 2022). Semakin cepat perputaran persediaan maka semakin baik, karena diibaratkan dengan kegiatan penjualan perusahaan yang berjalan cepat, dan semakin baik rasio perputaran persediaan yaitu semakin tinggi pula kinerja perusahaan. Perputaran persediaan, atau *inventory turnover*, mengukur frekuensi bahan baku yang diolah menjadi produk jadi dan dipasarkan dalam periode waktu tertentu. Tingkat perputaran yang tinggi menandakan potensi peningkatan laba bersih perusahaan melalui efisiensi aktivitas penjualan, sehingga semakin tinggi tingkatnya, semakin positif pula dampaknya terhadap nilai perusahaan (Winandari, 2024). Rumus yang dipakai pada penelitian ini yaitu:

$$IT = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Persediaan}}$$

Keterangan:

IT = *Inventory Turnover*

Harga Pokok Penjualan (HPP) = Total biaya produksi atau pembelian barang yang terjual dalam periode tersebut, tidak termasuk biaya operasional lainnya.

Persediaan = Nilai persediaan diperiode berjalan.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena, variabel-variabel *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* dapat diukur secara rasio. Pada penelitian ini, data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data untuk peneliti, data tersebut didapatkan dari sumber yang bisa memberikan dukungan penelitian seperti literatur dan dokumentasi. Data sekunder yang peneliti gunakan berupa annual report dan laporan keuangan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada sektor *consumer non-cyclicals* periode 2020-2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024. Pemilihan sektor *consumer non-cyclicals* dilakukan karena sektor ini memiliki karakteristik permintaan yang relatif stabil serta memiliki keterkaitan erat dengan pengelolaan persediaan, peluang pertumbuhan perusahaan, dan strategi perencanaan pajak yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang

dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020–2024;
2. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang telah menerbitkan financial report dan annual report yang telah diaudit untuk periode 2020–2024;
3. Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan selama periode 2020–2024;
4. Perusahaan yang melaporkan laba secara terus-menerus selama periode 2020–2024;
5. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang memiliki data lengkap mengenai variabel penelitian selama periode 2020-2024.

Sampel penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 131 perusahaan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Pengelolaan data pada penelitian ini menggunakan *E-views* versi 12 SV *For Windows*. Proses seleksi sampel penelitian dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1 Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel	Pelanggaran Kriteria	Akumulasi
1	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).	0	131
2	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020–2024.	45	86
3	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang telah menerbitkan <i>financial report</i> dan <i>annual report</i> yang telah diaudit untuk periode 2020–2024.	8	78
4	Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan selama periode 2020–2024.	2	76
5	Perusahaan yang melaporkan laba secara terus-menerus selama periode 2020–2024.	33	43
6	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang memiliki data lengkap mengenai variabel penelitian selama periode 2020-2024	2	41
Data Outlier		10	31
Jumlah Perusahaan Sesuai Kriteria			31
Jumlah Tahun Periode Penelitian 2020-2024			5
Jumlah Data Sampel ($n \times$ periode penelitian)			155

Sumber: data diolah oleh penulis

Berdasarkan proses seleksi sampel pada tabel di atas, sampel yang diperoleh peneliti berjumlah 31 perusahaan yang memenuhi syarat dengan total sampel 155 data observasi selama 5 tahun. Pada sampel yang digunakan dalam proses penelitian, terdapat 10 perusahaan yang bersifat outlier yang dimana data outlier ini merupakan data yang sifatnya memiliki perbedaan jika disandingkan dengan data lainnya yang dapat menjadikan data tersebut terlihat berbeda secara signifikan. Metode yang digunakan dalam proses *outlier* adalah *metode standardized* dan *absolute standardized* melalui aplikasi *microsoft excel* dengan dasar pengambilan keputusan

nilai nilai absolute standardized diatas angka 3 (tiga), maka data tersebut dapat digolongkan kedalam data *outlier*. Berikut daftar perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini:

Tabel 2 Daftar Sampel Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	AMRT	Sumber Alfaria Trijaya Tbk.
3	BISI	BISI International Tbk.
4	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
5	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
6	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.
7	EPMT	Enseval Putera Megatrading Tbk
8	GGRM	Gudang Garam Tbk.
9	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
11	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
12	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.

Data panel memungkinkan pengamatan yang sama dilakukan berulang kali dalam suatu rentang waktu, sehingga analisis ini dapat mengidentifikasi pengaruh lintas entitas dan lintas waktu secara bersamaan. Regresi data panel dapat mengukur dampak variabel bebas terhadap variabel terikat sekaligus mengendalikan perbedaan yang tidak teramati antara entitas. Model ini dapat berupa *model fixed effects* yang menganggap karakteristik antar entitas tetap berbeda, atau *model random effects* yang memandang perbedaan antar entitas sebagai bagian dari kesalahan acak. Rumus regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah:

$$Y_i = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y_i : Variabel Current Ratio (respon) ke-i

α : Paramater Konstanta

β : Koefisien regresi

X_1 : Variabel *Growth Opportunity*

X_2 : Variabel Perencanaan Pajak

X3 : Variabel *Inventory Turnover*

ε : Residual Variabel error atau *standard error* ke-i

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3 Hasil Persamaan Regresi Berganda dan Uji T

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	1.790515	0.609462	2.937863	0.0038
X1	-0.063067	0.474687	-0.132861	0.8945
X2	2.730624	1.179696	2.314685	0.0220
X3	0.024875	0.105395	0.236015	0.8137

Sumber: Hasil *Output E-views* Versi 12

Hasil uji regresi data panel dapat dirumuskan dengan persamaan regresi linear data panel sebagai berikut:

$$Y_i = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka didapatkan hasil uji regresi data panel sebagai berikut:

$$Y_i = 1,790515 + (-0,063067) + 2,730624 + 0,024875 + \varepsilon$$

Hasil dari uji regresi data panel antara variabel *Growth Opportunity*, Perencanaan Pajak, dan *Inventory Turnover* terhadap Nilai Perusahaan menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,790515 menyatakan bahwa variabel *Growth Opportunity*, Perencanaan Pajak, dan *Inventory Turnover* memiliki nilai konstan atau tetap. Maka variabel Nilai Perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1,790515. Koefisien *Growth Opportunity* sebesar -0,063067 bernilai negatif. Maka menyatakan bahwa penurunan Nilai Perusahaan sebesar nilai koefisien - 0,063067. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *Growth Opportunity* dengan Nilai Perusahaan. Koefisien Perencanaan Pajak sebesar 2,730624 bernilai positif. Maka menyatakan bahwa peningkatan Nilai Perusahaan sebesar nilai koefisien 2,730624. koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Perencanaan Pajak dengan Nilai

Perusahaan. Koefisien *Inventory Turnover* sebesar 0,024875 bernilai positif. Maka menyatakan bahwa peningkatan Nilai Perusahaan sebesar nilai koefisien 0,024875. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara *Inventory Turnover* dengan Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *growth opportunity* memiliki nilai probabilitas sebesar 0,8945. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,8945 > 0,05$). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel perencanaan pajak memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0220. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,0220 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *inventory turnover* memiliki nilai probabilitas sebesar 0,8137. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,8137 > 0,05$). Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi dan Uji F

<i>Weighted Statistics</i>		
<i>Root MSE</i>	0.876133	<i>R-squared</i> 0.110105
<i>Mean dependent var</i>	2.567318	<i>Adjusted R-squared</i> 0.067729
<i>S.D. dependent var</i>	0.931764	<i>S.E. of regression</i> 0.899658
<i>Sum squared resid</i>	118.9794	<i>F-statistic</i> 2.598286
<i>Durbin-Watson stat</i>	1.267522	<i>Prob(F-statistic)</i> 0.014796

Sumber: Hasil *Output E-views* Versi 12

Berdasarkan analisis uji koefisien determinasi pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-squared* 0,067729 yang berarti dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas (*Growth Opportunity*, Perencanaan Pajak, dan *Inventory Turnover*) terhadap variabel terikat (Nilai Perusahaan) 6.7729% dan sisanya 93.2271% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan analisis uji simultan (uji F) pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai probabilitas (*F-statistic*) sebesar 0,014796. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan, yaitu 0,05 ($0,014796 < 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan kata lain, ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Pengaruh *Growth Opportunity*, Perencanaan Pajak Dan *Inventory Turnover* Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai probabilitas (*F-statistic*) sebesar 0,014796 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tertentu, tetapi merupakan hasil kombinasi dari peluang pertumbuhan perusahaan, efektivitas pengelolaan pajak, dan efisiensi pengelolaan persediaan. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu memberikan sinyal kepada investor mengenai kondisi dan prospek perusahaan di masa mendatang. Semakin baik perusahaan mengelola peluang pertumbuhan, strategi perpajakan, dan aktivitas operasionalnya, maka semakin tinggi pula kepercayaan investor terhadap perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Teori Sinyal (*Signaling Theory*) yang menyatakan bahwa informasi mengenai kinerja dan prospek perusahaan akan menjadi sinyal bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Hafifah & Pratiwi (2026) yang menyatakan bahwa variabel independen yang diteliti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Nurhalimah & Asmilia (2024) juga menunjukkan bahwa *growth opportunity* bersama variabel lainnya berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *growth opportunity* memiliki nilai probabilitas sebesar 0,8945 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) ditolak. Hasil dari tidak signifikannya pengaruh *growth opportunity* mengindikasikan bahwa peningkatan peluang pertumbuhan perusahaan yang diukur melalui pertumbuhan aset belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara langsung. Investor kemungkinan tidak hanya mempertimbangkan pertumbuhan aset sebagai dasar penilaian perusahaan, tetapi juga memperhatikan faktor lain seperti profitabilitas, stabilitas laba, kondisi ekonomi, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimiliki. Pada sektor *consumer non-cyclicals*, pertumbuhan aset yang tinggi belum tentu diikuti oleh peningkatan kinerja keuangan yang optimal. Kondisi ini menyebabkan investor tidak selalu memberikan respons positif terhadap peningkatan *growth opportunity*. Selain itu, selama periode penelitian 2020–2024 terdapat berbagai tantangan ekonomi dan perubahan perilaku konsumen yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ariyadni & Irawati (2023) yang menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini juga mendukung penelitian Nurhalimah & Asmilia (2024) yang menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan Aprilia & Suzan (2026) yang menemukan bahwa *growth opportunity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Teori Keagenan, kondisi ini menunjukkan bahwa peluang pertumbuhan yang dimiliki perusahaan belum tentu dipersepsikan investor sebagai keberhasilan manajemen dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Investor cenderung menunggu realisasi dari peluang pertumbuhan tersebut dalam bentuk peningkatan kinerja dan laba perusahaan.

Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel perencanaan pajak memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0220 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan melakukan perencanaan pajak, maka nilai perusahaan

akan semakin meningkat. Perencanaan pajak yang dilakukan secara legal dan efisien mampu menekan beban pajak perusahaan sehingga laba setelah pajak menjadi lebih besar. Kondisi tersebut memberikan sinyal positif kepada investor karena perusahaan dinilai mampu mengelola sumber daya secara efektif dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Berdasarkan Teori Keagenan, perencanaan pajak yang dilakukan secara optimal merupakan salah satu bentuk upaya manajemen dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan. Efisiensi pajak dapat meningkatkan arus kas perusahaan yang selanjutnya dapat digunakan untuk kegiatan investasi, ekspansi usaha, maupun pembagian dividen kepada pemegang saham. Oleh karena itu, investor memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang mampu mengelola beban pajaknya secara efektif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Tarigan *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini juga mendukung penelitian Sari & Afridayani (2026) yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Hafifah & Pratiwi (2026) serta Ariyadni & Irawati (2023) yang menemukan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan sektor industri, periode penelitian, serta karakteristik perusahaan yang menjadi objek penelitian.

Pengaruh *Inventory Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *inventory turnover* memiliki nilai probabilitas sebesar 0,8137 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *inventory turnover* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat perputaran persediaan belum mampu menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menentukan nilai perusahaan. Meskipun *inventory turnover* mencerminkan efisiensi operasional perusahaan dalam mengelola persediaan, investor cenderung lebih memperhatikan indikator keuangan lainnya seperti profitabilitas, pertumbuhan laba, dan kemampuan perusahaan menghasilkan arus kas.

Pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*, perputaran persediaan yang tinggi belum tentu meningkatkan nilai perusahaan apabila tidak diikuti oleh peningkatan laba dan kinerja keuangan secara keseluruhan. Sebaliknya, perputaran persediaan yang rendah juga tidak selalu menunjukkan kinerja perusahaan yang buruk karena setiap perusahaan memiliki karakteristik persediaan dan strategi operasional yang berbeda. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alfiah & Hermanto (2024) yang menyatakan bahwa *inventory turnover* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini juga mendukung penelitian Fauziyah & Iskandar (2025) serta Syahputra (2022) yang menunjukkan bahwa *inventory turnover* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Arditya & Prasetiono (2023) serta Devina & Purnama (2022) yang menemukan bahwa *inventory turnover* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil tersebut kemungkinan disebabkan oleh perbedaan sektor industri, periode pengamatan, dan kondisi operasional perusahaan yang diteliti. Berdasarkan Teori Sinyal, informasi mengenai tingkat perputaran persediaan belum menjadi sinyal yang cukup kuat bagi investor untuk meningkatkan penilaian terhadap perusahaan. Investor lebih fokus pada hasil akhir dari efisiensi operasional tersebut, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa *growth opportunity*, perencanaan pajak, dan *inventory turnover* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. *Growth opportunity* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan peluang pertumbuhan yang tercermin dari pertumbuhan aset perusahaan belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara

langsung. Investor cenderung mempertimbangkan faktor lain seperti profitabilitas, stabilitas kinerja, dan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan dalam menilai perusahaan. Perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu melakukan perencanaan pajak secara efektif dapat mengoptimalkan laba setelah pajak dan meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan perusahaan, sehingga memberikan sinyal positif kepada investor dan meningkatkan nilai perusahaan. *Inventory turnover* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat perputaran persediaan belum menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menentukan nilai perusahaan. Investor lebih memperhatikan hasil akhir dari efisiensi operasional, seperti peningkatan laba dan kinerja keuangan perusahaan secara keseluruhan. Berdasarkan keimpulan yang telah dijelaskan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka saran-saran yang dapat penulis sampaikan bagi penulis, agar adanya penelitian berikutnya. Sehingga kekurangan pada penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pembelajaran bagi penulis di masa depan bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian dengan menggunakan sektor yang berbeda dengan menambahkan tahun penelitian serta dapat menambah variabel independen dan variabel moderasi yang tidak digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat menjelaskan hasil penelitian yang lebih baik. Bagi akademik, diharapkan penelitian ini menjadi sumber literatur bagi peneliti selanjutnya dengan variabel yang sejenis dan yang akan diteliti pada periode berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, S., & Hermanto, H. (2024). Pengaruh Current Ratio, Leverage, Profitability, Inventory Turnover, Cash Flow Dan Total Assets Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 79–106. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3628>
- Anggraeny, N., & Suwitho. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(12), 1–15.

- Aniah, & Ayem, S. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Konvergensi IFRS Dan Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sector Makanan Dan Minuman Periode 2016-2020 Yang Terdaftar Di BEI). *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 635–654.
- Aprilia, S., & Suzan, L. (2026). The Influence of Intellectual Capital , Growth Opportunity, and Profitability on Firm Value : Evidence from Telecommunications Sub-Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) During 2020 – 2024. *Journal of Economics and Management*, 4(2), 107–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.70716/ecoma.v4i1.598>
- Arditya, B., & Prasetyono. (2023). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Inventory Turnover, dan Dividend Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–10. <https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/12417>
- 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). <https://doi.org/10.22146/abis.v11i4.87068>
- Asmoro, I. P. Y., & Oetomo, H. W. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Inventory Turnover, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(3).
- Astutik, D., Sukirman, & Atmini, N. D. (2022). Pendekatan Theory of the Firm: Dalam Pengujian Market to Book Value melalui Mediasi Struktur Modal. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, Vol 8 No.1 , 47–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.54066/jbe.v8i2.301>
- Balqis, P. I., Janurika, R., Sianturi, R. T., & Gantino, R. (2026). The Effect of Return on Equity and Inventory Turnover on Firm Value Moderated by Current Ratio: A Study on the Transportation and Logistics Sector in Indonesia. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 8, 68–77. <https://doi.org/10.37034/infeb.v8i1.1365>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). Fundamentals of Financial Management. In *The Journal of Finance* (Vol. 34, Issue 5). Cengage Learning.
- Devina, M. S., & Purnama, M. (2022). Analisis Pengaruh Current Ratio , Return On Asset, Debt Ratio , Dan Inventory Turnover Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020. *Nikamabi : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 1–6.
- Dewi, N. K. U., & Wulandari, D. A. E. (2025). Pengaruh Tax Planning, Tax Avoidance, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 486–492. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.526>

- Faisal, F., Majid, M. S. A., & Sakir, A. (2020). Cogent Economics & Finance Agency conflicts , firm value , and monitoring mechanisms : An empirical evidence from Indonesia Agency conflicts , firm value , and monitoring mechanisms : An empirical evidence from Indonesia. *Cogent Economics & Finance*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2020.1822018>
- Fauziyah, S., & Iskandar. (2025). Corporate Governance in Moderating Firm Value : Inventory Turnover , Tax Planning and Earning Quality. *Jurnal Akuntansi Dan Audit Syariah*, 6(1), 68–89.
- Hafifah, N., & Pratiwi, A. P. (2026). Pengaruh Perencanaan Pajak, Intensitas Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *HEMAT: Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*, 3(1), 40–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.57235/hemat.v3i1.8082>
- Halim, K. I. (2022). Pengaruh Cash Holdings, Growth Opportunity, Dan Profitability Terhadap Firm Value. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 252–258. <https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jm.v11i1.1072>
- Haryanto, S., Ariestanto, E., Assih, P., Suroso, A., & Aripin, Z. (2022). Growth Opportunity and Firm Value in Indonesian Manufacturing Firms. *AFRE Accounting and Financial Review*, 5(3), 250–259. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/afr.v5i3.8936>
- Irnowati, J., Febriana, H., & Asmita, D. Y. (2023). Pengaruh Debt To Equity Ratio Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7, 470–478. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1216>
- Latief, F. N., Nurwanah, A., & Arif, M. (2022). Analisis Perencanaan Pajak (Tax Planning) Sebagai Upaya Penghematan Pajak Penghasilan Pada PT. Pelindo SBU Pelayanan Kapal. *Center of Economic Student Journal*, 5(3), 139–147. <https://doi.org/https://doi.org/10.56750/csej.v5i2.387>
- Marchelin, T. (2025). Boikot berkepanjangan: Tantangan Unilever memulihkan citra merek di Indonesia. <https://www.campaignindonesia.id/article/boikot-berkepanjangan-tantangan-unilever-memulihkan-citra-merek-di-indonesia/1909841>
- Maria, V., Chin, J., Fa, S., & Averio, T. (2025). Analisis Determinan Firm Value dengan Model Rasio Tobin ' s Q : Studi Empiris di Indonesia. *Arbitrase: Journal of Economics and Accounting*, 6(2), 581–592. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v6i2.2843>
- Mutmainah, Sanusi, F., & Suryani, E. (2024). Pengaruh Investment Opportunity Set Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting Volume*, 7(5), 4807–4824.
- Nanda Saputri, N., Ramadhan, B., & Rizki Putra, A. (2025). Pengaruh Perilaku Boikot Terhadap Minat Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Unilever Tbk). *Jurnal Mirai Management*, 10(1), 460–473.
- Nurhalimah, & Asmilia, N. (2024). Pengaruh Growth Opportunity , Kebijakan

- Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EkoPreneur*, 6(1), 87–101. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/ekop.v6i1.32900>
- Putra, M. A. K. (2022). Pengaruh Growth Opportunity dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus pada Perusahaan Consumer Non-Cyclical Periode 2020-2023. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 4(2), 161–173.
<https://repository.unars.ac.id/id/eprint/590/%0Ahttps://repository.unars.ac.id/id/eprint/590/2/turnitin%20jme%20eka%202022.pdf>
- Sari, L. I., & Afridayani. (2026). Pengaruh Tax Planning , Growth Opportunity , Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *JFAS: Journal of Finance and Accounting Studies Vol 8 No.1*