

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian global yang semakin dinamis menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kinerja dan daya saingnya dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat (S. Santoso & Pratiwi, 2023). Hal tersebut mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada pengelolaan sumber daya yang efektif dan efisien guna menciptakan kinerja keuangan yang optimal untuk menghadapi ketidakpastian ekonomi global, perubahan kondisi pasar, perkembangan teknologi, serta meningkatnya kompetisi. Perusahaan dituntut untuk mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya sekaligus meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang (Gunawan, 2025).

Upaya memperoleh dukungan pendanaan untuk mempertahankan dan mengembangkan kegiatan usahanya, perusahaan memanfaatkan pasar modal sebagai salah satu sumber pembiayaan yang penting. Pasar modal di Indonesia diwadahi oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). BEI memiliki peran penting sebagai sarana bagi perusahaan untuk memperoleh pendanaan dan mengembangkan usahanya. Pasar modal juga menjadi media bagi investor dalam menanamkan modal serta menilai prospek suatu perusahaan dan Investor juga dapat memperoleh berbagai informasi mengenai kondisi dan kinerja perusahaan yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan investasi (Gunawan, 2025).

Menurut (Gunawan, 2025), nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan investor untuk menilai kinerja dan prospek perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Hal itu tercermin dalam harga saham perusahaan di pasar modal. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menjaga dan meningkatkan nilai perusahaannya melalui kinerja keuangan yang baik serta pengambilan keputusan strategis yang tepat. Hal tersebut mampu menarik minat investor dan mempertahankan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Nilai perusahaan pada setiap sektor industri dipengaruhi oleh karakteristik bisnis dan kondisi lingkungan usaha yang berbeda-beda (S. Santoso & Pratiwi, 2023). Oleh karena itu, salah satu sektor yang menarik untuk diteliti adalah sektor *consumer non-cyclicals*, khususnya sub-sektor *food & beverage* (F&B). Sub-sektor ini memiliki peranan strategis dalam perekonomian nasional karena menghasilkan produk yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehingga permintaannya cenderung stabil. Karakteristik tersebut menjadikan sub-sektor (F&B) sebagai salah satu sektor yang relatif mampu bertahan di tengah perubahan kondisi ekonomi dibandingkan sektor lainnya.

Industri *food & beverage* merupakan salah satu sub-sektor strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Aprilianingsih et al., 2024). Kinerja sub-sektor ini didukung oleh tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk kebutuhan pokok sehingga relatif mampu

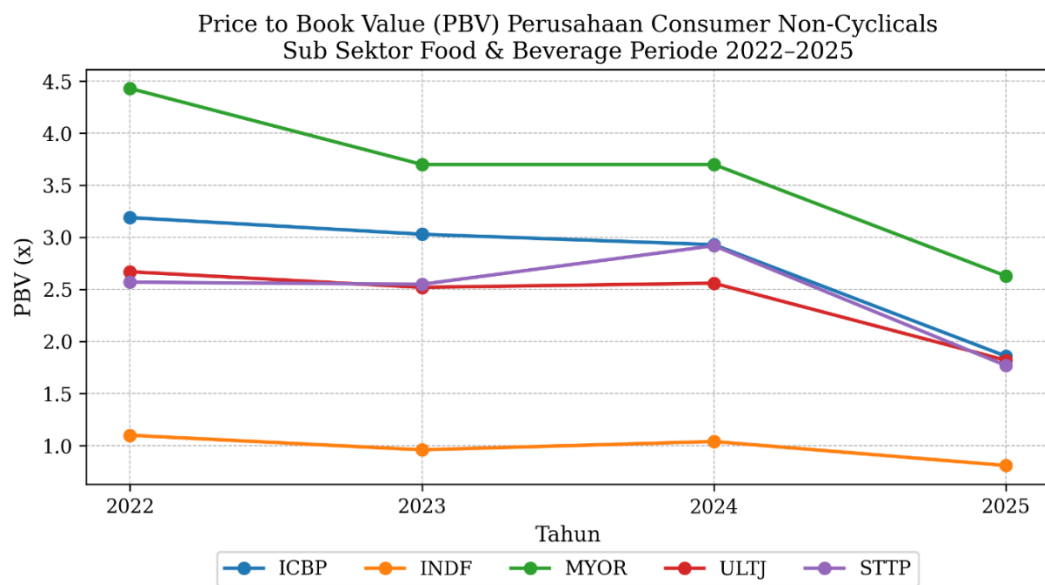
bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi. Sektor industri (F&B) di awal tahun 2026 masih menjadi kontributor terbesar terhadap perekonomian Indonesia dengan kontribusi sebesar 19,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan pertumbuhan sebesar 5,30%, meningkat dibandingkan tahun 2025. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *consumer non-cyclicals*, khususnya sub-sektor *food & beverage* (F&B) masih menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional dan memiliki prospek yang menjanjikan bagi para investor (Aziz, 2026).

Besarnya kontribusi terhadap perekonomian nasional tidak serta-merta membuat perusahaan F&B terlepas dari berbagai tantangan bisnis. Perusahaan F&B menghadapi berbagai tekanan selama periode 2022–2025 seperti pelemahan daya beli masyarakat, meningkatnya harga bahan baku, tekanan inflasi, fluktuasi nilai tukar rupiah, serta kenaikan biaya produksi dan distribusi. Selain itu, sebagian perusahaan masih memiliki ketergantungan terhadap bahan baku impor sehingga perubahan nilai tukar rupiah dapat berdampak langsung terhadap biaya operasional perusahaan. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk mampu mengelola sumber daya dan kinerja keuangannya secara efektif agar tetap dapat mempertahankan profitabilitas dan kepercayaan investor (Zuhdi, 2026).

Berbagai tantangan tersebut pada akhirnya dapat memengaruhi nilai perusahaan. Fenomena yang menarik untuk dikaji adalah adanya perbedaan nilai perusahaan antar emiten F&B meskipun berada dalam sub-sektor yang sama. Beberapa perusahaan mampu mempertahankan harga saham dan memperoleh penilaian positif dari investor. Sementara, perusahaan lainnya mengalami fluktuasi nilai perusahaan akibat perubahan kondisi keuangan dan operasional. Perbedaan

tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham (Aprilianingsih et al., 2024).

Gambar 1. 1 Grafik PBV Beberapa Perusahaan F&B Periode 2022 – 2025



ICBP = PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
 INDF = PT Indofood Sukses Makmur Tbk
 MYOR = PT Mayora Indah Tbk
 UL TJ = PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk
 STTP = PT Siantar Top Tbk

Sumber: Data Diolah: 2026

Nilai perusahaan yang diprosikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) perusahaan *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* (F&B) pada gambar 1.1 menunjukkan pergerakan yang fluktuatif selama periode 2022–2025. Sebagian besar perusahaan mengalami kecenderungan penurunan nilai PBV pada akhir periode penelitian. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penilaian investor terhadap perusahaan F&B mengalami perubahan dari waktu ke waktu sebagai

respons terhadap perkembangan kinerja perusahaan maupun kondisi ekonomi yang memengaruhi prospek usaha. Fluktuasi PBV tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham belum sepenuhnya stabil, meskipun sub-sektor F&B dikenal sebagai salah satu sektor yang relatif mampu bertahan di tengah berbagai tantangan ekonomi (Aprilianingsih et al., 2024).

Fenomena penurunan dan fluktuasi nilai perusahaan tersebut menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas, mengelola *leverage*, mengoptimalkan beban pajak melalui perencanaan pajak, serta memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sesuai dengan ukuran perusahaan diduga menjadi faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, fenomena fluktuasi PBV pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut guna memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, & ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan selama periode 2022–2025 (M. R. S. Putri et al., 2024).

Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara optimal cenderung memperoleh kepercayaan investor yang lebih tinggi karena dianggap memiliki prospek yang baik di masa mendatang. Sebaliknya, penurunan laba dapat menimbulkan persepsi negatif dari investor sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan menjadi salah

satu aspek penting yang diperhatikan investor dalam menilai suatu perusahaan (Gunawan, 2025).

Kemudian selain profitabilitas yaitu *leverage*. Perusahaan juga membutuhkan sumber pendanaan yang memadai untuk mendukung kegiatan operasional dan pengembangan usaha. Perusahaan umumnya menggunakan utang sebagai salah satu alternatif pendanaan dalam memenuhi kebutuhan modal. *Leverage* dapat membantu perusahaan memperoleh dana tambahan untuk meningkatkan kapasitas produksi, mengembangkan usaha, dan memperluas pasar. Namun, penggunaan utang yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan serta beban kewajiban yang harus ditanggung perusahaan. Risiko tersebut berpotensi memengaruhi penilaian investor terhadap kondisi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, struktur pendanaan perusahaan menjadi salah satu aspek yang diperhatikan investor dalam menilai nilai perusahaan (Aida Sofiatin, 2020).

Faktor lain yang memengaruhi nilai perusahaan adalah perencanaan pajak (*tax planning*). Pajak menjadi salah satu komponen beban yang dapat mengurangi laba perusahaan sehingga perusahaan perlu mengelola kewajiban perpajakannya secara optimal. Perusahaan menerapkan perencanaan pajak sebagai upaya meminimalkan beban pajak secara legal sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku. Perusahaan dapat meningkatkan laba setelah pajak yang diperoleh melalui perencanaan pajak yang efektif. Peningkatan laba tersebut dapat memperkuat kinerja keuangan perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Investor cenderung menilai perusahaan yang mampu mengelola kewajiban perpajakannya secara efisien sebagai perusahaan yang memiliki kemampuan

manajerial yang baik. Sehingga, perencanaan pajak diduga menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan (Ammy, 2023).

Selanjutnya yang memengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki ukuran besar biasanya mempunyai sumber daya yang lebih memadai, akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan, serta kemampuan yang lebih baik dalam menghadapi risiko bisnis dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan besar sering kali memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari investor karena dianggap memiliki stabilitas dan prospek pertumbuhan yang lebih baik (Gunawan, 2025).

Menurut (Aida Sofiatin, 2020) terdapat perkembangan signifikan ukuran perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* dimulai dari yang berkembang menjadi perusahaan berskala besar dengan jaringan distribusi yang luas dan pangsa pasar yang kuat, sedangkan sebagian lainnya masih berada pada skala yang lebih kecil. Perbedaan ukuran tersebut dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam melakukan ekspansi usaha, meningkatkan efisiensi operasional, serta menghadapi berbagai tekanan ekonomi yang terjadi selama periode penelitian. Hal tersebut menjadikan ukuran perusahaan salah satu faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (B. A. Santoso & Junaeni, 2022).

Pengaruh berbagai faktor internal perusahaan seperti profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, dan ukuran perusahaan pada akhirnya akan tercermin pada nilai perusahaan yang terbentuk di pasar modal. Fenomena yang menarik untuk dikaji pada perusahaan sub-sektor *food & beverage* adalah adanya fluktuasi nilai perusahaan yang terjadi selama periode 2022–2025. Nilai perusahaan yang umumnya diproksikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) menunjukkan bahwa tidak seluruh perusahaan mampu mempertahankan tingkat penilaian yang tinggi dari investor (S. Santoso & Pratiwi, 2023). Beberapa perusahaan mengalami peningkatan nilai perusahaan seiring dengan membaiknya kinerja keuangan dan prospek usaha, sedangkan perusahaan lainnya mengalami penurunan nilai perusahaan akibat tekanan biaya, menurunnya profitabilitas, maupun meningkatnya risiko keuangan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengelola aspek keuangan dan operasionalnya (Purnama, 2020).

Dengan *Agency Theory* menurut Jensen & Meckling, (1976) yang menjelaskan adanya hubungan antara manajer sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal. Dalam konteks perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* yang menghadapi tekanan investasi tinggi, kompleksitas regulasi perpajakan, serta tuntutan efisiensi operasional. Manajer dituntut untuk mengambil keputusan strategis yang mampu meningkatkan kinerja keuangan sekaligus menjaga kepercayaan investor. Namun, praktiknya sering terjadi konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dalam pengambilan keputusan terkait profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, dan ukuran perusahaan. Konflik

ini dapat memengaruhi kebijakan perusahaan dan berimplikasi pada nilai perusahaan apabila keputusan yang diambil tidak sepenuhnya sejalan dengan kepentingan pemegang saham (Ammy, 2023).

Signaling Theory menurut Spence, (1973) menyatakan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan kepada investor akan menjadi sinyal yang digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi, *leverage* yang optimal, pengelolaan pajak yang efisien, serta ukuran perusahaan yang besar dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan di masa mendatang. Sebaliknya, penurunan kinerja keuangan atau meningkatnya risiko perusahaan dapat menjadi sinyal negatif yang berpotensi menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi indikator yang penting untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham (Aida Sofiatin, 2020).

Meskipun penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan telah banyak dilakukan, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan adanya inkonsistensi (*research gap*). Pada variabel profitabilitas, sebagian besar penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sebagaimana ditemukan oleh penelitian (S. Santoso & Pratiwi, 2023; M. R. S. Putri et al., 2024; Ammy, 2023; Tandrio & Handoyo, 2023; A. S. Putri & Miftah, 2020; B. A. Santoso & Junaeni, 2022; Silalahi et al., 2025). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas mampu meningkatkan kepercayaan investor dengan memberikan sinyal positif sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Namun demikian, pada variabel

leverage masih ditemukan perbedaan hasil penelitian. Penelitian (M. R. S. Putri et al., 2024), (Aida Sofiatin, 2020), (A. S. Putri & Miftah, 2020), (B. A. Santoso & Junaeni, 2022) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian (S. Santoso & Pratiwi, 2023) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena tinggi rendahnya *leverage* tidak otomatis meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan apabila dana utang tidak dikelola dengan baik. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan masih memerlukan pengujian lebih lanjut.

Inkonsistensi hasil penelitian juga ditemukan pada variabel perencanaan pajak dan ukuran perusahaan. Penelitian (Ammy, 2023), (Purnama, 2020), (Tarigan et al., 2024) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian (S. Santoso & Pratiwi, 2023) menemukan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian (M. R. S. Putri et al., 2024), (B. A. Santoso & Junaeni, 2022) menemukan adanya pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian (S. Santoso & Pratiwi, 2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan masih belum menunjukkan kesimpulan yang konsisten. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan objek dan periode penelitian yang berbeda sehingga hasil yang diperoleh belum tentu dapat menggambarkan kondisi perusahaan *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* pada

periode 2022–2025. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025.

Berdasarkan fenomena atau peristiwa yang telah diuraikan serta telah dilakukan *gap research* pada penelitian terdahulu menjadi salah satu alasan penelitian ini dibuat. Sehingga ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan bukti empiris terbaru mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* di Indonesia dengan periode penelitian 2022 hingga tahun 2025. Pengaruh tersebut akan diteliti pada penelitian ini dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, PERENCANAAN PAJAK, & UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya mengarahkan pada perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025?

2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025?
3. Apakah Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025?

1.3 Tujuan Penelitian

Permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya menjadi dasar bagi penetapan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut

1. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025.
2. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025.
3. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025.

4. Untuk menguji dan membuktikan pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022 - 2025.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang akuntansi keuangan dan perpajakan terkait pengaruh profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, & ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur akademik serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris terbaru yang dapat menjelaskan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu (*research gap*).

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis, khususnya dalam bidang akuntansi, keuangan, dan perpajakan terkait pengaruh profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, & ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menjadi sarana bagi penulis untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik penelitian ilmiah pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor

food & beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penulis juga diharapkan dapat meningkatkan kemampuan analisis, berpikir kritis, serta keterampilan dalam mengolah dan menginterpretasikan data keuangan secara sistematis dan ilmiah.

1.4.2.2 Bagi Perusahaan di Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor Food & Beverage

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan, khususnya perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub-Sektor *Food & Beverage* dalam mengambil keputusan strategis terkait profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, & ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Manajemen diharapkan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan dan kepercayaan investor dengan memahami pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan.

1.4.2.3 Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi dalam menilai kinerja perusahaan melalui aspek profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, & ukuran perusahaan. Investor dapat lebih cermat dalam memilih perusahaan yang memiliki prospek nilai perusahaan yang baik di masa depan.

1.4.2.4 Bagi Akademis Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi, keuangan, dan perpajakan dengan memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*,

perencanaan pajak, & ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pembelajaran bagi kalangan akademisi seperti dosen dan mahasiswa untuk memahami hubungan antarvariabel keuangan dan perpajakan dalam konteks perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji topik serupa dengan pendekatan, variabel, maupun objek penelitian yang berbeda. Sehingga dapat terus memperkaya literatur dan memperkuat temuan empiris di bidang tersebut.