



Pengaruh Digitalisasi, Perencanaan Pajak, Struktur Modal, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Naufal Rizqi Haq¹, Lutfi Ardhani²

^{1,2}UIN Maulana Malik Ibrahim Malang/Jl. Gajayana No 50 Malang/Indonesia

Email: nrizqi25@gmail.com¹, lutfi.ardhani@gmail.com²

Citation: Haq, N. R., & Ardhani, L. (2025). Pengaruh Digitalisasi, Perencanaan Pajak, Struktur Modal, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Gorontalo Accounting Journal*, 8(1), 56-67. DOI: [10.32662/gaj.v8i1.3687](https://doi.org/10.32662/gaj.v8i1.3687)

Artikel info

Artikel history:

Received: 02-07-2024

Revised: 15-02-2025

Accepted: 22-03-2025

Abstract. *This research analyzes the influence of digitalization, tax planning, capital structure and managerial ownership on company value with company transparency as a moderating variable with the research object being consumer goods sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2021. The sample for this research is 65 companies. with a total of 193 data. The data analysis technique used in this research is linear regression analysis technique. The research results show that digitalization, tax planning and managerial ownership have no effect on company value. Meanwhile, capital structure influences company value. Company transparency is unable to moderate the relationship between digitalization, tax planning, capital structure and managerial ownership on company value.*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis pengaruh digitalisasi, perencanaan pajak, struktur modal, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel pemoderasi dengan objek penelitian perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021. Sampel penelitian ini sebanyak 65 perusahaan dengan jumlah data sebanyak 193. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi, perencanaan pajak, dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Transparansi perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara digitalisasi, perencanaan pajak, struktur modal, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Keywords:

Digitalization;

Tax Planning;

Company Value

Corresponden author:

Email: nrizqi25@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan zaman kini melaju cukup pesat ke segala sektor usaha, sehingga persaingan antar usaha pun tidak dapat dihindarkan. Hampir seluruh perusahaan bersaing melalui strateginya agar tetap mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Berbagai strategi diterapkan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Adapun tujuan dari operasi bisnis suatu perusahaan adalah untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan dari waktu ke waktu (Anisran & Ma'wa, 2023).

Tingginya nilai perusahaan tentu mampu menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Dalam upayanya meningkatkan nilai perusahaan, tentunya perusahaan juga harus tetap berinovasi dan bersaing mempertahankan posisinya dalam persaingan ekonomi global, mengingat saat ini zaman yang berkembang cukup pesat. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Purnama (2022) bahwa untuk mempertahankan pasar ekonomi digital maka para pelaku ekonomi perlu memperhatikan kriteria konsep landasan baru. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang harus melakukan transformasi bisnis agar mampu bersaing di dalam arena ekonomi digital. Transformasi bisnis tersebut harus dilakukan karena untuk menerapkannya membutuhkan inovasi terbaru. Untuk mengimplementasikan model tersebut maka diperlukan sebuah sistem digitalisasi.

Adanya sistem digitalisasi ini memberikan efek yang positif terhadap kinerja perusahaan (Martín-Peña et al., 2020). Menurut Deegan & Tanner (2002), digitalisasi merupakan acuan terhadap proses transformasi informasi ke dalam bentuk bit sistem komputer. Sistem komputer tersebut memungkinkan kita untuk meminimalisir penggunaan tenaga manusia, serta mengganti dengan mesin canggih yang serba otomatis. Selain itu, digitalisasi juga memudahkan kita mengetahui informasi secara praktis dan singkat. Hal ini didukung oleh penerapan digitalisasi yang sudah meluas di lingkungan masyarakat. Di sektor perusahaan sendiri, penerapan digitalisasi diharapkan mampu menjadi inovasi tersendiri dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh pernyataan Wibawa et al, (2020) bahwa perusahaan yang menerapkan digitalisasi sebagian besar menunjukkan peningkatan karakteristik prinsip-prinsip manajerial yang baik serta meningkatkan aspek efektivitas dan efisiensi kerja.

Bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang harus dibayar yang dapat menurunkan laba bersih (Lorenza, 2022). Disamping kewajibannya dalam membayar pajak, untuk mempertahankan nilai perusahaan agar tetap tinggi maka perusahaan dapat melakukan perencanaan pajak. Perencanaan pajak adalah suatu upaya yang dilakukan wajib pajak untuk memperkecil pajak terhutang yang harus dibayarkan kepada negara (Yunila & Aryati, 2018). Perencanaan pajak ini dilakukan dengan cara menekan beban pajak seminimal mungkin sehingga nilai pajak terhutang yang harus dibayar perusahaan semakin kecil. Untuk menekan beban pajak agar tetap kecil, hal yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan celah atau kelemahan peraturan yang ada.

Menurut Amro & Asyik (2021), peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila perusahaan memiliki struktur modal yang tepat. Struktur modal adalah sebuah perbandingan finansial perusahaan antara sumber modal dari hutang jangka panjang dan sumber modal sendiri. Dalam penerapan struktur modal diungkapkan bahwa kebijakan pendanaan perusahaan dalam mengatur keseimbangan antara hutang dan modal bertujuan untuk memaksimalkan harga saham perusahaan. Harga saham menjadi titik tolak ukur dari nilai perusahaan yang artinya semakin tinggi harga saham maka semakin baik nilai perusahaan tersebut (Sari & Irawati, 2022).

Meningkatnya nilai perusahaan tentu tidak terlepas dari keselarasan antara pihak pemegang saham dengan pengelola perusahaan. Dalam hal ini, peranan kepemilikan manajerial menjadi sangat penting dalam menyelaraskan kepentingan kedua belah pihak tersebut. Kepemilikan manajerial merupakan situasi dimana pihak manajemen perusahaan sebagai operator perusahaan turut serta dalam kepemilikan saham perusahaan (Fauzan & Khairunnisa, 2019). Dewi & Sanica (2017) menyatakan adanya kepemilikan oleh manajemen yang cukup besar mampu mengontrol aktivitas perusahaan secara efisien dimana hal ini akan berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, empat variabel utama yang dikaji adalah digitalisasi, perencanaan pajak, struktur modal, dan kepemilikan manajerial. Keempat variabel ini dipilih karena datanya dapat ditemukan dalam laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Laporan keuangan menyediakan informasi penting yang dapat digunakan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi. Oleh karena itu, penelitian ini juga menambahkan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 24 Tahun 2005, transparansi perusahaan merupakan penyampaian informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada publik. Transparansi informasi keuangan berperan penting dalam memberikan kepercayaan kepada investor dan mempengaruhi pergerakan harga saham.

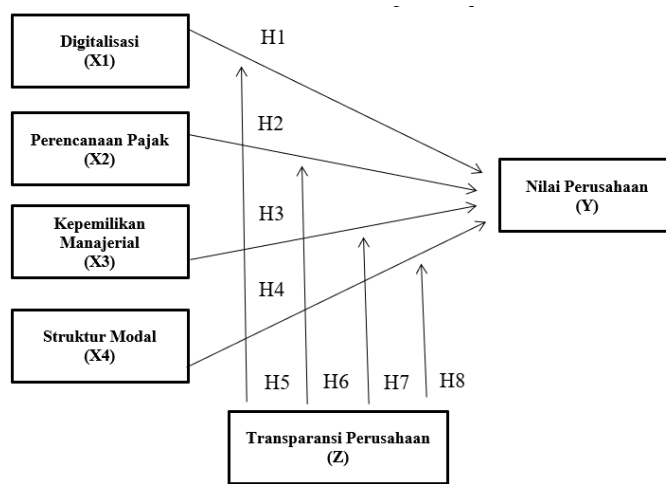
Dalam konteks pasar modal, harga saham sering digunakan sebagai gambaran nilai perusahaan. Tingginya harga saham menjadi momentum bagi investor untuk memaksimalkan keuntungan investasi mereka. Pergerakan harga saham dapat diamati melalui Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), yang mencerminkan fluktuasi harga saham di pasar. Misalnya, pada tahun 2018 terjadi pelemahan nilai perusahaan di sektor industri barang konsumsi akibat menurunnya daya beli masyarakat, yang berdampak pada penurunan harga saham beberapa perusahaan besar, seperti PT CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang sahamnya turun 3,57% dan PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) yang mengalami penurunan hingga 20,23% (Ali et al., 2021). Fenomena ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja internal, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti daya beli masyarakat dan kondisi ekonomi makro.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor barang konsumsi karena sektor ini mengalami fluktuasi nilai perusahaan yang cukup signifikan. Selama pandemi, sebagian besar aktivitas bisnis beralih ke sistem daring, yang menyebabkan peningkatan penggunaan internet dan media sosial oleh penduduk Indonesia (Santosa & Salma, 2023). Data dari Wearesocial (2021) menunjukkan bahwa rata-rata waktu penggunaan internet meningkat menjadi 8 jam 52 menit per hari, dengan Google menjadi situs yang paling banyak diakses dengan 1,42 juta pengunjung (Global Overview Report, 2021). Media sosial menjadi salah satu bentuk transformasi digital yang mempengaruhi perilaku ekonomi dan bisnis (Rahardaya & Irwansyah, 2021). Peningkatan penggunaan internet ini menjadi salah satu alasan pemilihan tahun 2021 sebagai periode pengamatan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan sebagai landasan adalah Signaling Theory. Teori ini menjelaskan bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada investor berperan penting dalam pengambilan keputusan investasi Spence (1973). Informasi yang diberikan oleh perusahaan dapat berupa sinyal positif atau negatif, yang akan mempengaruhi persepsi investor terhadap prospek perusahaan (Kirmani & Rao, 2000); (Yasar et al., 2020). Dalam konteks penelitian ini, laporan keuangan merupakan salah satu bentuk sinyal yang dapat digunakan investor untuk menilai prospek perusahaan. Oleh karena itu, transparansi informasi yang

diberikan perusahaan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: H1: Digitalisasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan H2: Perencanaan Pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan H3: Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan H4: Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan H5: Transparansi Perusahaan memoderasi pengaruh Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan H6: Transparansi Perusahaan memoderasi pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan H7: Transparansi Perusahaan memoderasi pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan H8: Transparansi Perusahaan memoderasi pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan



Gambar1. Kerangka Berpikir

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi untuk menganalisis hubungan antara variabel. Sampel terdiri dari 65 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2021, dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Data sekunder diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan yang tersedia di BEI (www.idx.co.id), Osiris, dan website resmi perusahaan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi non-participant. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan software E-Views 13. Variabel penelitian meliputi variabel independen (digitalisasi, perencanaan pajak, struktur modal, dan kepemilikan manajerial), variabel dependen (nilai perusahaan), serta variabel moderasi (transparansi perusahaan).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator/Pengukuran
Digitalisasi	Penggunaan Google Trends untuk mengukur tingkat pencarian informasi terkait perusahaan.	$GSVI_t = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^{n=52} GSVI_t$ Sumber: Swamy et al, (2019)
Perencanaan Pajak	Upaya perusahaan dalam mengurangi beban pajak tanpa melanggar aturan yang berlaku.	$Effective\ Tax\ Rate\ (ETR) = \frac{Beban\ Pajak}{Laba\ Sebelum\ Pajak}$ Sumber: Sumantri & Andini (2019)

Struktur Modal	Perbandingan antara utang jangka panjang dengan ekuitas yang dimiliki perusahaan.	$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Hutang} \times 100\%}{\text{Total Ekuitas}}$ Sumber: Syardiana et al., (2016)
Kepemilikan Manajerial	Kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen sebagai bentuk penyelarasan kepentingan pemilik dan manajemen.	$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Saham yang Dimiliki Manajer} \times 100\%}{\text{Saham Beredar}}$ Sumber: Bernardin & Karina, (2021)
Nilai Perusahaan	Tingkat kepercayaan pasar terhadap perusahaan yang tercermin dalam harga saham.	$\text{Tobins' } Q = \frac{\text{Market Value}_{t+4 \text{ month}} + \text{Debt}}{\text{Total Assets}}$ Sumber: Tambunan, (2023)
Transparansi Perusahaan	Keterbukaan perusahaan dalam memberikan informasi kepada publik.	$\text{Transparansi Perusahaan} = \frac{n (\text{Butir yang Diungkapkan Perusahaan})}{k (\text{Jumlah Butir yang Diungkapkan})}$ Sumber: Pratiwi & Stiawan (2022)

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel bebas mampu mempengaruhi ragam dalam variabel terikat. Nilai R² menggambarkan seberapa besar persentase dari keberagaman variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.203442
Adjusted R-squared	0.150339

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Menurut hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R-squared sebesar R² = 0.150339. Nilai tersebut menggambarkan bahwa nilai perusahaan sebagai variabel terikat mampu dijelaskan oleh digitalisasi, perencanaan pajak, struktur modal, dan kepemilikan manajerial sebagai variabel bebas sebesar 15%. Adapun nilai yang tersisa yaitu sebesar 85% dijelaskan oleh faktor-faktor yang lain.

Uji Signifikansi Parsial (t)

Uji signifikansi parsial atau biasa disebut dengan uji t merupakan pengujian yang digunakan untuk menguji dampak dari variabel bebas pada variabel terikat. Pada penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji hubungan Digitalisasi, Perencanaan Pajak, Struktur Modal, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 3. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	Keterangan
C	13.28688	0.550623	24.13064	0.0000	Tidak Berpengaruh
X1	0.000896	0.014472	0.061898	0.9509	Tidak Berpengaruh
X2	-1.041321	1.350869	-0.770852	0.4438	Tidak Berpengaruh
X3	0.011735	0.003508	3.345249	0.0014	Berpengaruh
X4	-1.343390	1.176016	-1.142323	0.2579	Tidak Berpengaruh

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Berdasarkan tabel 3, variabel digitalisasi (X1) mempunyai nilai probabilitas sebesar 0.9509 dan koefisien sebesar 0.000896. Adanya hipotesis yang menyatakan bahwa digitalisasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak karena nilai

probabilitasnya melebihi nilai signifikansi 0.05. Maka dari itu, digitalisasi tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Proses uji t pada variabel perencanaan pajak (X2) dengan nilai probabilitas sebesar 0.4438 serta nilai koefisien sebesar -1.041321. Nilai tersebut masih melebihi nilai signifikansi sebesar 0.05, sehingga hipotesis perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan juga ditolak. Variabel struktur modal (X3) memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0014 dan koefisien sebesar 0.011735. Nilai tersebut tidak melebihi nilai signifikansi sebesar 0.05, sehingga hipotesis struktur modal terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Adapun variabel bebas yang terakhir yaitu kepemilikan manajerial (X4). Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai probabilitas kepemilikan manajerial yaitu sebesar 0.2579. Selain itu, terdapat nilai koefisien regresi yaitu sebesar -1.343390. Oleh karena nilai tersebut melebihi nilai signifikansi sebesar 0.05, maka hipotesis kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan ditolak.

Analisis Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)

Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah transparansi perusahaan. Adapun cara menghitung variabel transparansi perusahaan yaitu item yang diungkapkan perusahaan dibagi dengan jumlah item yang diungkapkan. Dalam analisis moderasi pada penelitian ini, pengujian dilakukan sebanyak dua kali. Pertama, pengujian langsung antara variabel moderasi dengan variabel bebas terhadap variabel terikat. Kedua, pengujian dengan ditambahkan interaksi antara variabel moderasi dan variabel bebas tersebut. Selanjutnya akan ditarik sebuah Kesimpulan dari kedua pengujian tersebut.

Uji Moderasi Antara Z dengan X1 terhadap Y

Tabel 4. Hasil MRA X1 Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	2.30E-09	1.49E+09	0.0000
DIGITAL	-1.33E-11	2.48E-11	-0.538838	0.5919
TRANS	1.000000	2.13E-10	4.69E+09	0.0000

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Tabel 5. Hasil MRA X1Z Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	3.10E-09	1.11E+09	0.0000
DIGITAL	4.46E-11	1.01E-10	0.441267	0.6606
TRANS	1.000000	2.96E-10	3.38E+09	0.0000
DIGITALXTRANS	-5.84E-12	9.87E-12	-0.591708	0.5562

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap digitalisasi yaitu sebesar 0.5562. Adapun nilai signifikansi sebesar 0.05, sehingga transparansi perusahaan dinyatakan tidak dapat memoderasi pengaruh digitalisasi terhadap nilai perusahaan karena nilai probabilitas melebihi nilai signifikansi. Sementara itu, pada pengujian langsung tanpa interaksi variabel moderasi menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai probabilitas sebesar 0.000. Oleh karena itu, variabel moderasi termasuk ke dalam jenis prediktor moderasi.

Uji Moderasi Antara Z dengan X2 terhadap Y

Tabel 5. Hasil MRA X2 Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	2.31E-09	1.48E+09	0.0000
ETR	-2.83E-09	2.40E-09	-1.178906	0.2429
TRANS	1.000000	2.12E-10	4.71E+09	0.0000

(Sumber: Output *Eviews* 13, 2024)

Tabel 6. Hasil MRA X2Z Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	4.21E-09	8.16E+08	0.0000
ETR	2.55E-08	1.54E-08	1.649585	0.1042
TRANS	1.000000	4.07E-10	2.46E+09	0.0000
ETRXTRANS	-2.89E-09	1.56E-09	-1.854558	0.0685

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Melalui tabel diatas, maka dapat dilihat nilai probabilitas transparansi perusahaan dengan pengaruhnya terhadap perencanaan pajak yaitu sebesar 0.0685. Nilai tersebut melebihi sedikit dari nilai signifikansi sebesar 0.05, sehingga transparansi perusahaan dinyatakan tidak mampu memoderasi hubungan antara perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan. Adapun hasil yang sama menyebutkan bahwa uji tersebut dinyatakan tidak signifikan. Hal tersebut menyebabkan transparansi perusahaan termasuk dalam kategori moderasi potensial. Berdasarkan hasil pengujian langsung tanpa interaksi variabel moderasi diperoleh hasil yang signifikan dengan nilai probabilitas sebesar 0.000. Maka dari itu, variabel moderasi termasuk ke dalam jenis prediktor moderasi.

Uji Moderasi Antara Z dengan X3 terhadap Y

Tabel 7. Hasil MRA X3 Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	2.24E-09	1.53E+09	0.0000
DER	1.27E-11	6.72E-12	1.888208	0.0637
TRANS	1.000000	2.28E-10	4.39E+09	0.0000

(Sumber: Output *Eviews* 13, 2024)

Tabel 8. Hasil MRA X3Z Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	2.50E-09	1.38E+09	0.0000
DER	8.21E-11	7.50E-11	1.095744	0.2775
TRANS	1.000000	2.51E-10	3.98E+09	0.0000
DERXTRANS	-5.87E-12	6.31E-12	-0.930291	0.3559

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka menghasilkan nilai probabilitas transparansi perusahaan yang memoderasi hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 0.3559. Nilai yang dihasilkan tersebut lebih besar dari nilai signifikansi sebesar 0.05. Oleh karena itu, transparansi perusahaan dinyatakan tidak dapat memoderasi hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Selain itu, hasil pengujian juga menyebutkan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi termasuk ke dalam kategori moderasi potensial. Adapun

hasil dari pengujian langsung tanpa interaksi variabel moderasi mendapatkan hasil yang signifikan dengan nilai probabilitas sebesar 0.000. Nilai signifikan tersebut menyebabkan variabel moderasi termasuk ke dalam jenis prediktor moderasi.

Uji Moderasi Antara Z dengan X4 terhadap Y

Tabel 9. Hasil MRA X4 Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	2.33E-09	1.47E+09	0.0000
MANAJ	-2.12E-09	2.09E-09	-1.015151	0.3140
TRANS	1.000000	2.16E-10	4.63E+09	0.0000

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Tabel 10. Hasil MRA X4Z Terhadap Y

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.433987	2.76E-09	1.25E+09	0.0000
MANAJ	2.62E-09	7.30E-09	0.359359	0.7206
TRANS	1.000000	2.59E-10	3.86E+09	0.0000
MANAJXTRANS	-5.01E-10	7.38E-10	-0.678683	0.4999

Sumber: Output *Eviews* 13, (2024)

Setelah dilakukan pengujian moderasi antara transparansi perusahaan dengan kepemilikan manjerial terhadap nilai perusahaan, maka didapatkan nilai probabilitas moderasi sebesar 0.4999. Nilai tersebut menyatakan bahwa transparansi perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara transparansi perusahaan dengan kepemilikan manjerial terhadap nilai perusahaan karena nilainya tidak lebih besar dari nilai signifikansi yaitu sebesar 0.05. Dengan nilai yang sama, transparansi perusahaan termasuk ke dalam kategori moderasi potensial. Pada pengujian langsung tanpa interaksi variabel moderasi diperoleh hasil yang signifikan dengan nilai probabilitas sebesar 0.000. Hasil tersebut menimbulkan variabel moderasi termasuk ke dalam jenis prediktor moderasi.

Pembahasan

Pengaruh Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan penelitian sebelumnya, tidak adanya pengaruh yang dihasilkan digitalisasi terhadap nilai perusahaan disebabkan oleh perusahaan itu sendiri. Nugraha (2022) menyebutkan bahwa perusahaan masih merasa kesulitan di awal fase penerapan sistem digitalisasi. Sistem digitalisasi sendiri merupakan sebuah transformasi baru dari pekerjaan yang awalnya berbasis manual dan tradisional menjadi sebuah sistem canggih yang teratur dan terkoordinir. Perubahan baru tersebut masih menyulitkan perusahaan karena belum ada tenaga kerja yang dapat mengoperasikan sistem tersebut. Selain itu, biaya investasi dan infrastruktur jaringan juga menjadi kendala dalam penerapan digitalisasi di dalam perusahaan. Hal yang sama juga telah disampaikan oleh Safitri (2023) bahwa sistem digitalisasi masih belum diterapkan secara menyeluruh dalam kegiatan operasional perusahaan. Banyak ditemukan perusahaan yang belum memiliki website perusahaan itu sendiri sehingga informasi perusahaan akan sulit dijangkau oleh masyarakat. Oleh karena itu, perlu disadari oleh seluruh pihak di perusahaan untuk mulai beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sebab penggunaan sistem digitalisasi sangat menunjang efektivitas dan efisiensi kerja di perusahaan. Hasil pengujian diatas juga sesuai dengan hasil penelitian dari Santosa & Salma (2023) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara digitalisasi terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan

Perencanaan pajak merupakan penekanan pajak yang dilakukan untuk menjaga laba perusahaan tetap stabil atau bahkan meningkat. Namun, dalam penerapannya menyebabkan timbulnya rasa kecurigaan oleh seorang investor. Sari & Irawati (2022) menyebutkan bahwa perencanaan pajak hanya akan menimbulkan risiko serta kecurigaan fiskus terhadap perusahaan. Selain itu, kecurigaan tersebut juga menimbulkan pemeriksaan kembali yang akan memakan biaya sehingga laba perusahaan dapat berkurang. Tidak adanya pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan juga terjadi pada hasil penelitian oleh Sari & Irawati (2022).

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal merupakan gambaran sebuah perusahaan dalam menjamin pembayaran hutang jangka panjangnya melalui biaya modal. Penting bagi perusahaan dalam menyusun struktur modal yang baik dan tepat sasaran. Penyusunan struktur modal yang baik dapat meningkatkan kualitas pendanaan sebuah perusahaan. Tingginya nilai struktur modal perusahaan menyebabkan perusahaan berisiko dalam menjamin hutang jangka panjangnya juga karena akan menimbulkan biaya modal sehingga mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan (Amro & Asyik, 2021). Adanya pengaruh positif antara struktur modal terhadap nilai perusahaan juga terjadi pada penelitian Amro & Asyik (2021).

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Pada hakikatnya, kepemilikan manajerial bertujuan untuk menyatukan kepentingan antara pihak manajemen dengan pemegang saham serta mengurangi adanya konflik dan perbedaan tujuan antara kedua belah pihak. Namun tidak semua tujuan dapat tercapai dengan baik. Apabila tingkat kepemilikan manajerial besar maka tujuan perusahaan tidak akan tercapai (Lestari et al., 2022). Selain itu, perusahaan juga akan tetap berkomitmen meningkatkan nilainya tanpa melihat seberapa besar saham yang dimiliki oleh manajer. Hasil pengujian yang menyatakan tidak adanya pengaruh antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan sesuai dengan penelitian oleh Apriantini Apriantini et al., (2022).

Pengaruh Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Seiring perkembangan zaman yang semakin pesat, sejumlah perusahaan masih banyak yang tertinggal dalam penggunaan teknologi. Banyak perusahaan yang belum mampu menunjang penerapan digitalisasi dari segi infrastruktur dan tenaga kerja. Selain itu, perusahaan juga banyak yang tidak mengungkapkan informasi tentang digitalisasi pada laporan tahunannya. Hal itu dikarenakan adanya anggapan bahwa informasi mengenai digitalisasi dirasa tidak terlalu penting bagi pengguna informasi dan memang tidak ada kewajiban khusus bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi tersebut. Adapun penelitian dengan hasil yang sama yaitu penelitian oleh Firmansyah & Helmy (2023).

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Adanya pengungkapan informasi yang terjadi mengenai perusahaan memang menjadi daya tarik dan kepercayaan tersendiri bagi investor. Namun, di lain sisi, seorang investor juga akan benar-benar memperhatikan informasi yang telah diungkapkan oleh perusahaan. Hal tersebut menyebabkan perusahaan sulit memanfaatkan celah yang ada guna meningkatkan laba perusahaan itu sendiri. Tidak banyak celah yang bisa dimanfaatkan perusahaan ketika terdapat keterbukaan informasi yang diakses oleh pengguna informasi. Terdapat hasil pengujian yang sama pada penelitian sebelumnya. Seperti pada penelitian oleh Pratiwi & Stiawan (2022).

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Informasi mengenai kondisi pendanaan perusahaan dapat diketahui oleh seluruh pihak terutama investor melalui transparansi perusahaan. Hal yang paling buruk terjadi apabila seorang investor mengetahui betapa besar hutang jangka panjang yang dimiliki perusahaan. Selanjutnya, investor merasa ragu atas kemampuan perusahaan dalam melunasi hutangnya. Adapun, penerapan teori yang tepat yaitu teori sinyal dimana perusahaan memberikan informasinya kepada investor. Hasil pengujian yang sama juga terdapat pada penelitian terdahulu, yaitu penelitian oleh Sari & Irawati (2022).

Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Transparansi Perusahaan sebagai Variabel Moderasi

Keterbukaan informasi yang diungkapkan perusahaan menyebabkan seluruh pihak dapat mengetahui informasi mengenai perusahaan tersebut. Informasi mengenai kepemilikan saham juga akan diketahui oleh seluruh pihak, terutama investor. Tingkat kepemilikan saham yang masih rendah dapat memicu perusahaan melakukan tindakan oportunistik yang ingin mengutamakan kepentingannya sendiri. Hal tersebut disinyalir dapat menjadi asumsi negatif bagi investor dan berpengaruh terhadap menurunnya nilai perusahaan (Sari & Irawati, 2022). Hasil pengujian transparansi perusahaan yang gagal memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan juga sesuai dengan hasil penelitian oleh Bernardin & Karina (2021).

Kesimpulan Dan Saran

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh digitalisasi, perencanaan pajak, struktur modal, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh transparansi perusahaan. Sampel penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar pada BEI tahun 2021 serta telah memenuhi beberapa kriteria tertentu. Sebanyak 65 sampel yang diteliti pada penelitian ini melalui purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Hasil penelitian menyatakan bahwa digitalisasi tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan Sebagian besar perusahaan belum mampu menunjang penerapan digitalisasi dalam perusahaan. Perencanaan pajak juga tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Tidak adanya pengaruh tersebut terjadi karena masih terdapat kecurigaan oleh investor serta biaya pemeriksaan dapat mengurangi laba. Struktur modal berhasil mempengaruhi nilai perusahaan karena penerapan struktur modal dapat membantu perusahaan mengatur kemampuannya membayar hutang jangka panjangnya. Sementara itu, kepemilikan manajerial juga tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena kepemilikan manajerial cenderung menyebabkan tindakan oportunistik oleh perusahaan. Untuk variabel moderasi, transparansi perusahaan tidak mampu memoderasi keseluruhan variabel independent terhadap variabel dependen. Hal ini terjadi karena pengungkapan informasi kepada seluruh pihak menyebabkan perusahaan tidak memiliki celah dalam meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Menurut hasil penelitian, terdapat saran yang sebaiknya dilakukan oleh beberapa pihak tertentu. Penting bagi perusahaan untuk segera beradaptasi dengan perkembangan zaman guna menjaga eksistensi usahanya di masa yang akan datang. Selain itu, peneliti juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menambah jumlah sampel agar tidak terjadi inkonsistensi data dan menghasilkan hasil pengujian yang akurat.

Daftar Pustaka

- Ali, J., Faroji, R., & Ali, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135.
- Amro, P. Z. N., & Asyik, N. F. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(1), 17. <https://doi.org/10.30595/raar.v1i1.11720>
- 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. <https://doi.org/10.25105/jat.v10i2.17104>
- Apriantini, N. M., Widhiastuti, N. L. P., & Novitasari, N. L. G. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Ni. *Kharisma*, 4(2), 190–201.
- Ayem, S., & Tia, I. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak, Kebijakan Dividen Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan LQ45 Yang Tercatat Dalam Bursa Efek Indonesia)Periode 2012-2016. *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(2), 181–193. <https://doi.org/10.24964/japd.v1i1.913>
- Bernardin, D. E. Y., & Karina, E. (2021). *Nilai Perusahaan: Perencanaan Pajak Dan Kepemilikan Manajerial Serta Transparansi Perusahaan Sebagai Pemoderasi*. 2(1), 1–12. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/financia>
- Dewi, K. R. C., & Sanica, I. G. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1), 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jiab.v2i1.175>
- Fauzan, M. R., & Khairunnisa. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dan Board Diversity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *E-Proceeding of Management*, 6(2), 3300–3309.
- Firmansyah, R., & Helmy, H. (2023). The Pengungkapan Informasi Tentang Digitalisasi dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(4), 1544–1554. <https://doi.org/10.24036/jea.v5i4.1089>
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10390>
- Lorenza, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.52>
- Martín-Peña, M. L., Sánchez-López, J. M., & Díaz-Garrido, E. (2020). Servitization and digitalization in manufacturing: the influence on firm performance. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 35(3), 564–574. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2018-0400>
- Nugraha, A. (2022). Dampak Penerapan Sistem Digitalisasi terhadap Nilai Perusahaan Perbankan. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 2, p. 154). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17841>
- Pratiwi, L. I., & Stiawan, H. (2022). Pengaruh Tax Planning Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

- AKUA: *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 47–56.
<https://doi.org/10.54259/akua.v1i1.247>
- Purnama, H. (2022). Peranan CSR dalam Memediasi Pengaruh Digitalisasi, Keputusan Investasi Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Farmasi di BEI Periode 2016-2020). *Medikonis*, 13(1), 29–40.
<https://doi.org/10.52659/medikonis.v13i1.52>
- Rahardaya, A. K., & Irwansyah, I. (2021). Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 308–319.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.248>
- Safitri, S. (2023). Information Digitalization, Corporate Social Responsibility and Its Effect on Firm Value. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 8(1), 38–62.
<https://doi.org/10.20473/baki.v8i1.38221>
- Santosa, Y. E., & Salma, D. K. (2023). The Effect of Corporate Digitalization on the Value of Firm. *Journal of Business & Banking*, 12(2), 277.
<https://doi.org/10.14414/jbb.v12i2.3434>
- Sari, D., & Irawati, W. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Struktur Modal Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 6(1), 1–12.
<https://doi.org/10.33884/jab.v6i1.4660>
- Sumantri, I. I., & Andini, I. A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 4(1), 50–63. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/jab.v4i1.1552>
- Swamy, V., Dharani, M., & Takeda, F. (2019). Investor attention and Google Search Volume Index: Evidence from an emerging market using quantile regression analysis. *Research in International Business and Finance*, 50(August 2018), 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.04.010>
- Syardiana, G., Rodoni, A., & Putri, Z. E. (2016). Pengaruh Investment Opportunity Set, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Return on Asset Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 8(1), 39–46.
<https://doi.org/10.15408/akt.v8i1.2760>
- Tambunan, S. B. (2023). Analysis of Tobin's Q, Market to Book Value of Equity and Profitability (ROA), on Asset Growth in Property Companies on the Indonesia Stock Exchange (IDX). *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 4(3), 374–384. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v4i3.755>
- Wibawa, G. A., Antarini, L., & Jurusan. (2020). Sistem Digital Tata Kelola Pemerintahan Daerah (Digital Local Government) I Gede Agus Wibawa dan Lilik Antarini. *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik*, 5(1), 57–71.
<https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/public-inspiration>
- Yasar, B., Martin, T., & Kiessling, T. (2020). An empirical test of signalling theory. *Management Research Review*, 43(11), 1309–1335.
<https://doi.org/10.1108/MRR-08-2019-0338>
- Yunila, F., & Aryati, T. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi. *Seminar Nasional Cendekiawan*, 1981, 1021–1027.
<https://doi.org/10.25105/semnas.v0i0.3429>