

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis yang sangat ketat seperti saat ini baik di Indonesia maupun luar negeri, aset perusahaan yang tinggi saja tidak cukup menjamin sebuah perusahaan untuk tetap bertahan. Sehingga dibutuhkan faktor lain yang bisa membuat perusahaan bertahan lebih lama lagi dan diperhitungkan keberadaannya seperti meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah salah satu faktor yang harus diperhatikan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang, jadi semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin makmur juga pemegang saham. Nilai perusahaan juga dijadikan fokus utama dalam pengambilan keputusan oleh investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan atau tidak (Nurminda et al. 2017). Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang harus dicapai oleh perusahaan, dan itu dapat dilihat dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang transaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Untuk meningkatkan nilai perusahaan umumnya para pemilik modal menyerahkan pengelolaan perusahaannya kepada para profesional. Para profesional tersebut diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Fenomena terkait nilai perusahaan dikutip dari Wahyu T. Rahmawati (2020) data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan per 3 April 2020, rata-

rata nilai transaksi harian saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang 2020 hanya sebesar Rp 6,96 triliun. Jika dibandingkan dengan rata-rata nilai transaksi harian tahun sebelumnya, yakni per 5 April 2019 yang mencapai Rp 9,67 triliun, maka jumlah tersebut terkoreksi 28%. Sementara itu, dengan menggunakan perbandingan waktu yang sama, rata-rata volume transaksi harian di BEI sepanjang 2020 merosot 49% menjadi 7,39 miliar unit saham. Padahal, rata-rata volume transaksi harian tahun sebelumnya adalah sebanyak 14,5 miliar saham. Analisis MNC Sekuritas Herditya Wicaksana Menambahkan, sektor perdagangan dan aneka industri mengalami penurunan karena adanya pandemic virus *covid-19*. Virus yang menyebar secara global ini menimbulkan dampak sangat besar pada sektor perdagangan dan aneka industri, sebab mengganggu ekspor-impor di setiap Negara. Chris memperkirakan untuk kedepannya transaksi di BEI akan tetap rendah karena efek penurunan serta adanya beberapa reksadana yang bermasalah dihentikan oleh OJK.

Fenomena mengenai merosotnya nilai saham PT Bumi Resources Tbk yang membuat nilai perusahaannya menurun. PT Bumi Resources Tbk merupakan perusahaan yang masuk dalam pemeringkatan CGPI (*Corporate Governance Perception Index*). Merosotnya nilai saham PT Bumi Resources Tbk (BUMI) membuat kapitalisasi pasar alias nilai perusahaan tinggal Rp 2,8 triliun. Harga sahamnya hari ini ada di kisaran Rp 79 per lembar. Nilai kapitalisasi pasar tersebut dikutip dari data perdagangan Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 5 desember 2014. Jika melihat titik tertingginya di Rp 8.750 per lembar yang diraih pada 10 Juni 2008. Setelah krisis, saham-saham Grup Bakrie malah loyo, bahkan

banyak juga yang akhirnya tiarap 4 ke titik rendahnya di Rp 50 per lembar. Hal serupa juga terjadi di saham BUMI yang kini sudah berada di kisaran Rp 79 per lembar. Banyak analis memprediksi tak lama lagi bagi perusahaan BUMI. Gara-gara penurunan harga saham BUMI ini banyak investor yang mengalami kerugian cukup dalam, bahkan ada yang mengaku merugi hingga Rp 2,9 miliar (May, 2014).

Nilai perusahaan dapat ditingkatkan dengan menaikkan keuntungan melalui pengurangan beban pajak perusahaan. Perencanaan pajak merupakan salah satu cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengurangi beban pajak. Setiap perusahaan pasti menginginkan penghasilan yang tinggi tanpa harus meningkatkan nilai pembayaran beban pajak sehingga pajak tidak mengurangi tingkat kekayaan perusahaan secara signifikan. Maka yang seharusnya terjadi jika penghasilan perusahaan tinggi maka beban pajak yang dibayarkan akan tinggi. Kenyataan seperti itu menimbulkan sebuah ide dan upaya perusahaan untuk memperkecil beban pajak yang terutang, upaya ini dapat dilakukan melalui perencanaan pajak (Nosalira, 2020). Perencanaan pajak muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara perusahaan dengan pemerintah. Pada umumnya perencanaan pajak ini digunakan untuk memperkecil pembayaran pajak kepada pemerintah. Dalam tahapannya akan dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan (Romantis et al., 2020). Suatu perusahaan yang melakukan perencanaan pajak dengan baik dan benar akan meningkatkan laba pada perusahaan tersebut sehingga perusahaan dinilai memiliki profitabilitas yang

baik. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan yang lainnya. Profitabilitas penting dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang atau tidak. Dengan demikian setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas maka kelangsungan hidup suatu perusahaan akan lebih terjamin. Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang secara teoritis menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba yang besar dan stabil akan menarik para investor, karena secara otomatis menguntungkan investor. Kemampuan perusahaan yang besar dalam menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menimbulkan kepercayaan bagi para investor (Lubis et al., 2017).

Perusahaan yang sudah memiliki profitabilitas yang tinggi harus peduli terhadap lingkungan sekitar, selain tujuannya untuk mensejahterakan orang-orang di lingkungan internal perusahaan itu sendiri, perusahaan juga mempunyai tujuan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan eksternalnya, seperti sumber daya alam dan masyarakat dilingkungan perusahaan. Tanggung jawab tersebut dikenal dengan *Corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar sebagai

bentuk pertanggungjawaban dari aktivitas perusahaan tersebut. Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa tidak semua perusahaan wajib melakukan kegiatan *Corporate social responsibility* (CSR). CSR hanya diperuntukkan bagi perusahaan yang wajib melakukannya yaitu perusahaan yang menjalankan kegiatannya dibidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* dari perusahaan itu semakin meningkat dimata masyarakat (Apriyani & Sutjahyani, 2018)

Selain perencanaan pajak dan CSR, ukuran perusahaan juga menjadi variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak menarik perhatian investor pada perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan diamata investor. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar jika dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Penentuan ukuran perusahaan ini didasarkan kepada total aset perusahaan (Lubis et al., 2017). Menurut Apriliyanti et al. (2019) perusahaan yang besar diukur dengan banyaknya aset yang dimiliki, dinilai memiliki kinerja operasional yang baik dan memiliki keuangan yang mapan dan stabil. Maka suatu perusahaan yang semakin besar merupakan sinyal positif bagi para pemegang saham sehingga akan

meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan investor terhadap perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Nilai Perusahaan, yaitu diantaranya adalah *tax planning*, profitabilitas, dan *corporate social responsibility*. Penelitian terkait dengan variabel *tax planning*, profitabilitas, dan *corporate social responsibility* juga telah banyak dilakukan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Aji & Atun (2019) yang hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pradyana & Noviari, 2017) bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Indrayani et al. (2021) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positive terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini juga berbanding lurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Palupi & Hendiarto (2018) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Iqbal & Putra (2018) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apriyani & Sutjahyani, 2018b)

menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh negative dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, bahwa penelitian tersebut bertujuan untuk menguji kembali sejauh mana pengaruh *Tax planning*, Profitabilitas, dan Pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan, melalui Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang, maka penulis dapat menentukan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya nilai perusahaan akan mempengaruhi ketertarikan investor terhadap perusahaan.
2. Aset yang tinggi tidak menjamin akan kelangsungan hidup sebuah perusahaan.
3. Dengan tidak melaksanakan perencanaan pajak yang baik maka beban pajak perusahaan akan meningkat dan laba perusahaan akan menurun.
4. Perencanaan pajak muncul karena adanya perbedaan kepentingan antara perusahaan dengan pemerintah.
5. Kurangnya profitabilitas perusahaan akan membuat kelangsungan hidup perusahaan tidak bertahan lama.
6. Dengan tidak menerapkan *Corporate Social Responsibility* yang baik akan membuat citra perusahaan di mata masyarakat tidak baik.

7. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin menarik perhatian investor terhadap perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Guna lebih memberikan arahan dan memudahkan dalam penelitian ini, penulis membatasi pembahasan dalam penelitian ini hanya apakah *Tax planning* (X1), Profitabilitas (X2), dan *Corporate social responsibility* (X3) memiliki pengaruh atas nilai perusahaan (Y), di moderasi oleh Ukuran Perusahaan (Z). Penulis memilih tiga variabel X tersebut berperan penting dalam meningkatkan kualitas variabel Y dan satu variabel moderasi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, ruang lingkup dan indentifikasi masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *Tax planning* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
2. Bagaimana Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?.
3. Bagaimana *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
4. Bagaimana *Tax planning* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?

5. Bagaimana Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
6. Bagaimana *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Tax planning* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
2. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
4. Untuk mengetahui pengaruh *Tax planning* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?
5. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?

6. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020?

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain :

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan studi literatur pengaruh *Tax planning*, Profitabilitas, dan pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi.

2. Bagi Penulis

Sebagai sarana dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan penulis untuk mengetahui pengaruh *Tax planning*, Profitabilitas, dan pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama tentang pengaruh *Tax planning*, Profitabilitas, dan pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi.

4. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan pengaruh *Tax planning*, Profitabilitas, dan pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi.

5. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan pengetahuan tentang mengenai pengaruh *Tax planning*, Profitabilitas, dan pengungkapan *Corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan melalui Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori keagenan. Teori keagenan (*Agency Theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Keterkaitannya *agency theory* dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, cara untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran bagi para pemegang saham. Sebagai tolak ukur kemakmuran pemegang saham dapat dilihat dari harga sahamnya. Tingginya harga pasar saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan karena semakin tinggi harga saham itu menunjukkan kemakmuran pemegang saham. Manajer sebagai pengelola dan pengambil keputusan dalam perusahaan akan memperoleh *feed back* atas kinerjanya mengoptimalkan keuntungan para pemegang saham sebagai pemilik perusahaan dengan memperoleh kompensasi atau insentif yang sebesar-besarnya (Iqbal & Putra, 2018).

Apabila timbul masalah *agency* dalam perusahaan maka peningkatan nilai perusahaan dirasa akan sulit dicapai. Diperlukan keselarasan tujuan dan kepentingan antara pemilik perusahaan dengan para manajer. Dalam