

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tujuan penting dari pendirian perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar yang dapat memberi pemegang saham kemakmuran secara maksimum saat harga saham naik, semakin tinggi nilai perusahaan maka tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan semakin meningkat (Setyawan, 2019).

Nilai perusahaan memiliki posisi yang sangat penting bagi perusahaan karena diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan dengan peningkatan harga saham yang mencerminkan peningkatan kemakmuran pemegang saham. Bagi seorang manajer, nilai perusahaan merupakan tolak ukur atas prestasi kerja yang telah dicapainya peningkatan nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan. Secara tidak langsung hal tersebut dipandang sebagai suatu kemampuan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan. Bagi investor, peningkatan nilai perusahaan akan membuat investor tersebut tertarik untuk berinvestasi di perusahaan (Wilestari & D.S, 2022)

Pada dasarnya perusahaan mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan untuk kemakmuran para pemegang saham dan pemilik entitas. Selain itu perusahaan juga mempunyai tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Para investor dengan melihat nilai perusahaan dapat mengetahui kinerja perusahaan serta prospek dimasa yang

akan datang. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (Puspaningrum, 2019).

Tabel 1.1
Price to Book Value (PBV) perusahaan manufaktur
Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022

NO	KODE	NILAI PERUSAHAAN (PBV)				
		2018	2019	2020	2021	2022
1.	Campina Ice Cream Tbk (CAMP)	2,300	2,350	1,848	1,669	1,913
2.	Garuda Food Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)	1,112	0,806	0,634	1,278	1,156
3.	Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	1,310	1,284	0,760	0,641	0,631
4.	Kalbe Farma Tbk (KLBF)	4,659	4,546	3,796	3,560	4,434
5.	Mayora Indonesia Tbk (MYOR)	6,857	4,635	5,534	4,015	4,355
6.	Industri Jamu Dan Farmasi Sido (SIDO)	2,150	3,093	7,431	7,476	6,461
7.	Unilever Tbk (UNVR)	46,915	60,672	56,792	36,285	44,857
8.	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ)	0,163	0,172	0,193	0,177	0,146
9.	Gudang Garam Tbk (GGRM)	15,193	8,533	1,348	0,993	0,599
10.	Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (ICBP)	5,367	4,875	2,219	1,854	2,029
RATA-RATA		8,603	9,097	8,056	5,795	6,658

Sumber: www.idx.co.id

Dari tabel 1.1 dapat dilihat nilai perusahaan bahwa data tersebut belum dikatakan maksimal bagi perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, karena pada faktanya *price book value* (PBV) dari periode ke periode mengalami kenaikan dan penurunan atau terjadinya inflasi pada tahun-tahun tertentu. Pada periode 2018 ke

2019 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi mengalami kenaikan dari 8,603 menjadi 9,097 pada periode 2019 ke 2020 mengalami penurunan dari 9,097 menjadi 8,056 dan dari periode 2020 ke 2021 mengalami penurunan dari 8,056 menjadi 5,795 sedangkan dari periode 2021 ke 2022 mengalami kenaikan dari 5,795 menjadi 6,658 akan tetapi kenaikan pada tahun 2022 ini masih lebih rendah dari tahun 2018.

Fenomena tersebut menandakan bahwa perusahaan sektor industri barang konsumsi pada tahun 2018-2022 cenderung tidak stabil menjaga nilai perusahaannya. Ini menunjukkan bahwa harga saham merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Faktor ini sering digunakan oleh calon investor dalam menilai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan, begitu sebaliknya semakin rendah harga saham suatu perusahaan maka semakin rendah pula nilai perusahaannya. Sejalan dengan ini, praktik dari pencapaian nilai perusahaan memang tidak mudah dan memerlukan waktu yang cukup panjang, maka diperlukan dalam rangka pencapaian nilai perusahaan yang maksimal. Hal tersebut menjadikan para investor untuk lebih hati-hati dalam menanamkan modalnya kepada perusahaan yang mereka pilih pada perusahaan sektor industri barang konsumsi. Dengan demikian perusahaan harus mengupayakan agar nilai perusahaan semakin meningkat. Sehingga para investor percaya dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan dan para kreditur tidak merasa cemas untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan.

Proses memaksimalkan nilai perusahaan selalu terganggu akibat adanya masalah keagenan antara pemegang saham dengan manajer. Permasalahan keagenan muncul karena manajer selalu memiliki lebih banyak informasi mengenai perusahaan daripada pemegang saham. Keterbatasan informasi yang dimiliki pemegang saham memotivasi manajer melakukan kecurangan untuk memaksimalkan kepentingan pribadinya dan menyampingkan mendapatkan nilai perusahaan yang optimal (Fitriana, 2019).

Proses untuk mencapai nilai perusahaan yang optimal akan tercapai apabila ada kesinambungan tujuan maupun kepentingan antara manajer dan stakeholder (khususnya pemegang saham. Namun, pada kenyataannya proses optimalisasi nilai perusahaan selalu terganggu oleh adanya konflik antara manajer dengan pemegang saham. Konflik tersebut sering disebut dengan konflik keagenan. Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa konflik keagenan akan muncul apabila adanya asimetri informasi antara manajer dengan pemegang saham. Manajer yang pada kenyataannya lebih dekat dengan kegiatan operasional perusahaan akan memiliki seluruh informasi berkaitan dengan perusahaan. Masalah akan timbul apabila manajer tidak merefleksikan seluruh informasi yang dimilikinya di dalam laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan media manajer untuk mempertanggungjawabkan hasil kinerjanya dan untuk pemegang saham dalam menilai kinerja perusahaan (Fitriana, 2019)

Manajemen laba adalah upaya manajemen yang disengaja untuk memanipulasi laporan keuangan dalam batas yang diizinkan oleh prinsip akuntansi. Praktik

manajemen laba dapat menyebabkan pengungkapan informasi dalam laporan keuangan tidak mencerminkan kondisi sebenarnya. Tindakan manajemen laba dilakukan manajer dapat menghancurkan nilai perusahaan untuk jangka panjang, perusahaan yang melakukan manajemen laba akan menurunkan harga saham dan nilai pasar perusahaan (Riswandi & Yuniarti, 2020)

(Rohmah et al., 2022) mengungkapkan manajemen laba adalah upaya untuk mengubah, menyembunyikan dan merekayasa angka-angka dalam laporan keuangan dengan memainkan metode dan prosedur akuntansi yang digunakan perusahaan. Manajemen laba adalah suatu usaha yang dilakukan oleh manajemen untuk memanipulasi angka-angka kepada pihak eksternal dengan tujuan untuk keuntungan bagi dirinya sendiri dengan cara mengubah atau mengabaikan standar akuntansi yang telah ditetapkan, sehingga menyajikan informasi yang tidak sebenarnya, dengan adanya praktik manajemen laba secara berlebihan atau tidak sesuai dengan prinsip akuntansi maka akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan dan turunnya citra perusahaan dimata investor jika praktik manajemen laba dilakuka secara berlebihan.

Perencanaan pajak adalah langkah awal pada manajemen pajak. Tahapan ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan perencanaan pajak bukanlah upaya untuk mengelak dari kewajiban membayar pajak atau melanggar aturan perpajakan (Alexander et al., 2021)

Penelitian yang dilakukan oleh (Rohmah et al., 2022) mengungkapkan perencanaan pajak dan manajemen laba terkait antara satu dengan lainnya karena

memiliki potensi untuk mempengaruhi laba akuntansi dan laba fiskal. Perencanaan pajak dilakukan untuk menaikkan pendapatan dan menurunkan biaya, jika laba maka akan menyebabkan pembayaran pajak pada perusahaan akan tinggi.

Perencanaan pajak adalah suatu prosedur yang bertujuan untuk mengatur keuangan perusahaan atau kelompok yang berkaitan dengan pajak, sehingga jumlah utang pajak yang harus dibayarkan, baik dalam bentuk retribusi penghasilan maupun jenis retribusi lainnya, dapat diminimalkan sejauh mungkin, dengan mematuhi ketentuan perundang-undangan perpajakan dan juga aspek komersil. Perencanaan pajak dianggap efektif dan sah secara hukum, maka dari itu perusahaan bisa melakukannya dengan memikirkan risiko dan manfaat yang didapat dari kegiatan tersebut (Trisakti, 2023).

Perencanaan pajak yang tinggi di dalam korporasi maka akan memengaruhi laba serta pendapatan suatu korporasi ataupun juga harga saham korporasi, dengan demikian akan berimpak untuk nilai perusahaan juga semakin tinggi. Dengan begitu, akan semakin tinggi minat investasi pada saham korporasi (Christiani et al., 2022)

Tax avoidance adalah upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan undang-undang dan peraturan perpajakan, dimana metode dan teknik yang digunakan cenderung memanfaatkan kelemahan-kelemahan (grey area) yang terdapat dalam undang-undang dan peraturan perpajakan itu sendiri untuk memperkecil jumlah pajak yang terhutang (Lestari & Agita, 2018)

Tax avoidance ialah bentuk tindakan yang bertujuan guna mengefisienkan biaya pajak dengan melihat kelemahan aturan perpajakan sehingga kegiatan tersebut tidak melanggar peraturan perpajakan. Namun dengan adanya *tax avoidance* ini mengakibatkan informasi yang diperoleh tidak benar, jika manajer menutupi tindakan oportunistik. Tindakan oportunistik merupakan tindakan yang dilakukan manajemen dalam memanipulasi laba perusahaan, sehingga investor akan memberi nilai rendah pada perusahaan yang tidak memperhatikan kinerjanya. *Tax avoidance* dapat menimbulkan konflik keagenan antara manajer dan pemegang saham. *Tax avoidance* yang dilaksanakan manajer dapat mempengaruhi penanam modal dalam keputusan berinvestasi dan berakibat menurunnya nilai perusahaan (Maryanti & Ayem, 2022)

Tindakan *tax avoidance* dapat menjadi sinyal baik ataupun jelek bagi investor. Nilai perusahaan akan meningkat apabila *tax avoidance* dinilai sebagai upaya melakukan perencanaan pajak dan efisiensi pajak. Namun nilai perusahaan tersebut dapat turun jika tindakan *tax avoidance* dinilai sebagai ketidakpatuhan sehingga menyebabkan nilai perusahaan menurun (Mahaetri & Muliati, 2020)

Ukuran perusahaan yaitu tolak ukur dalam mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil menurut berbagai cara salah satunya dengan aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan yang besar dan sahamnya beredar luas memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba yang tinggi karena asetnya yang besar. Semakin besar perusahaan, transaksi yang terjadi semakin kompleks sehingga

memungkinkan untuk memanfaatkan celah-celah agar bisa melakukan tax avoidance (Hanifah, 2021).

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan aset, dan rata-rata total aktiva. Ukuran perusahaan merupakan cerminan perusahaan. Kategori ukuran perusahaan ada tiga yaitu perusahaan kecil, perusahaan sedang dan perusahaan besar (Anggraini, 2019).

Ukuran dari sebuah perusahaan juga ikut menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator dari kekuatan *financial* suatu perusahaan, besarnya skala perusahaan semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik internal maupun eksternal, sumber dana yang diperoleh mendukung kegiatan operasional sehingga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. Dengan semakin tingginya ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang besar akan memberikan sinyal positif sehingga para investor akan tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut (Oktaviani et al., 2019)

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Pengaruh Manajemen Laba, Tax Planning dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moederasi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Dengan adanya nilai perusahaan yang rendah akan mengakibatkan kinerja yang buruk atas perusahaan tersebut.
2. Nilai perusahaan yang rendah membuat investor menarik sahamnya pada perusahaan tersebut.
3. Tidak stabilnya nilai perusahaan dan terjadinya penurunan harga saham pada tahun-tahun tertentu.
4. Besarnya pengaruh nilai perusahaan dalam penilain investor yang menjadi tekanan terhadap perusahaan.
5. Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dengan pemegang saham (pemilik perusahaan) yang sering disebut *agency conflict*.
6. Nilai perusahaan yang kurang baik mendorong sulitnya pertumbuhan perusahaan dalam sektor keuangan.
7. Semakin rendah nilai perusahaan maka kemampuan perusahaan dalam mensejahterakan para investor semakin buruk.
8. Penurunan harga saham akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan.
9. Dengan ukuran perusahaan kecil perusahaan akan sulit mendapatkan sumber pendanaan.
10. Praktik berlebihan *tax avoidance* yang dapat menurunkan nilai perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan informasi masalah di atas agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka penulis perlu membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu: Pengaruh Manajemen Laba, Tax Planning, dan Tax Avoidance Terhadap Nilai perusahaan, Melalui Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Perusahaan yang diteliti adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2018-2022.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh tax planning terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
3. Bagaimana pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
4. Bagaimana pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor industri

barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?

5. Bagaimana pengaruh tax planning terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
6. Bagaimana pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan adanya pembahasan sebelumnya, maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tax planning terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada

perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?

5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tax planning terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tax avoidance terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022?

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengembangan literatur pada bidang perpajakan khususnya manajemen laba, tax planning dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan melalui ukuran perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Menjadi evaluasi bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaannya dan untuk memberikan saran dan informasi kepada pihak manajemen suatu perusahaan tentang pengaruh manajemen laba, tax planning dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan melalui ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dan mengetahui dampak apa saja yang terjadi,

sehingga untuk kedepannya perusahaan berfikir ulang dalam melakukan pengelolaan perusahaan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai sumber referensi untuk kegiatan Penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya, dan juga menjadi bahan perbandingan untuk peneliti selanjutnya.