

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian global saat ini secara tidak langsung berimbas bagi perekonomian di Indonesia. Kondisi politik dalam negeri juga mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Perekonomian saat ini telah menciptakan atau menimbulkan suatu persaingan yang sangat ketat antar perusahaan dalam negeri. Persaingan yang terjadi membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja dari masing-masing perusahaannya dengan maksud agar tujuannya tetap tercapai. Nilai perusahaan sebagai gambaran suatu perusahaan apakah perusahaan dapat menjalankan usahanya dan sudah mendapat kepercayaan masyarakat kepada perusahaan.

Nilai perusahaan yang tinggi memberikan kemakmuran bagi pemegang saham dan investor tertarik melakukan investasi. Salah satu kasus tentang nilai perusahaan, penjualan coca-cola (KO.N) turun selama empat kuartal karena permintaan untuk minuman bersoda menurun di Eropa. Selain itu, dolar yang kuat mengikis nilai penjualan di pasar di luar Amerika Serikat, termasuk Amerika Latin. Pembuat Sprite dan Minute Maid turun sekitar 1 persen menjadi USD46 di perdagangan premarket pada hari rabu. Coke dan

saingannya Pepsico Inc (PEP.N) terpukul karena konsumen semakin sadar akan pentingnya kesehatan sehingga membuat konsumen yang biasanya mengkonsumsi minuman bersoda beralih jus buah dan smoothie. Penguatan dolar juga telah memukul kinerja keuangan perusahaan, menjadi salah satu yang mempengaruhi pasar coca-cola di luar AS, termasuk China, Eropa dan Brazil. Nilai rata-rata dolar naik 2,6 persen pada kuartal pertama dari tahun sebelumnya. Mata uang AS telah naik 18 persen dalam tiga bulan pertama tahun 2015. Penjualan Coke di Eropa menurun 1 persen menjadi USD1,20 miliar pada kuartal yang berakhir 1 April akuntansi selama hampir 12 persen dari total pendapatan. Laba bersih yang diatribusikan ke pemegang saham Coke turun 4,5 persen menjadi USD1,48 miliar atau 34 sen per saham. Pendapatan usaha bersih turun 4 persen menjadi USD 10,28. Hal ini bisa saja perusahaan melakukan kecurangan pajak untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Salah satu tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan

nilai perusahaan (Harmono, 2009:233). Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, perusahaan tidak hanya berfokus pada nilai ekuitasnya saja, tetapi juga berfokus pada semua klaim keuangan yang ada dalam perusahaan (Wahyudi, 2006). Jika nilai perusahaan mencapai posisi yang tinggi maka akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan tersebut dan juga pada prospek perusahaan di masa depan (Wristondan Brigham, 2005:306).

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah tingkat pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan adalah peningkatan ataupun penurunan dari total aset yang dimiliki perusahaan. Aset suatu perusahaan merupakan aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan hasil operasional perusahaan sehingga semakin menambah kepercayaan pihak luar. Pertumbuhan perusahaan dapat memberikan sinyal positif yang diharapkan oleh pihak dalam maupun pihak luar perusahaan (Kusumajaya, 2011).

Menurut Syardianadkk (2015) pertumbuhan perusahaan akan menghasilkan tingkat pengembalian yang semakin tinggi karena pertumbuhan memiliki aspek yang menguntungkan bagi pihak investor. Hermuningsih (2013) mengungkapkan pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan yang berarti semakin cepat pertumbuhan suatu perusahaan akan mengakibatkan nilai perusahaan yang semakin tinggi pula.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Wedari (2006) dalam Eka (2010) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar, dan laba yang tinggi. Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku yang kecil dan laba yang rendah.

Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun, di sisi lain akan menimbulkan hutang yang banyak karena risiko perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya sangat kecil. Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki 5ndustr yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi.

Selain itu perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil (Yunita, 2011). Selain itu, ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan maka

semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Selain ukuran perusahaan faktor lain yang dapat menentukan nilai perusahaan adalah perencanaan pajak. Sumber penerimaan utama negara adalah pajak, minyak bumi dan gas alam, serta hasil tambang. Dimana pajak ini juga termasuk diperhitungkan peranannya agar operasional negara tetap berjalan. Bila dilihat dari sudut pandang perusahaan, pajak termasuk kelompok beban dan dapat mengurangi laba bersih perusahaan.

Pajak dalam dunia bisnis berimplikasi terhadap operasional perusahaan, biasanya pihak manager atau manajemen memiliki pandangan bahwa laba bersih yang didapat perusahaan akan berkurang akibat adanya pembayaran pajak, sehingga perusahaan berusaha melunasi pajak terutangnya seminimal mungkin (Simarmata, 2012). Ketika menerapkan perencanaan pajak ada yang menggunakan cara penghindaran pajak serta penggelapan pajak. Dan perencanaan pajak dapat menentukan kesuksesan manajemen strategic yang dirancang perusahaan.

Di satu sisi, perusahaan yang melaksanakan perencanaan pajak bisa meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan melaksanakan perencanaan pajak, perusahaan bisa lebih efektif dalam membayarkan pajak terutangnya serta terlihat tertib dalam kewajiban perpajakannya. Dan juga ada pandangan

teori tradisional yang mengatakan bahwa “kegiatan perencanaan pajak dilakukan guna memindahkan kesejahteraan dari negara terhadap pemegang saham” (Desai dan Dharmapala, 2006) sehingga mampu menurunkan biaya yang dipergunakan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selanjutnya, profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan kinerja perusahaan. Handoko (dalam Dini, 2010) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan.

Menurut Saidi (2004), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan bertujuan untuk mendapatkan *return*. Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana profitabilitas adalah ukuran dari kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal tersebut dapat dipahami karena perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat, mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga

dapat menciptakan tanggapan positif dari investor dan dapat membuat harga saham perusahaan meningkat. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien untuk memperoleh laba dari setiap periode.

Menurut Chen dan Shun (2011) dalam penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya memiliki hasil bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Dan prospek perusahaan yang baik menunjukkan profitabilitas yang tinggi, sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat.

Berdasarkan penjelasan dan teori-teori yang disampaikan sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1.

1. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur dalam kelangsungan majunya sebuah perusahaan.
2. Semakin besar suatu perusahaan, maka hutang akan semakin banyak, serta risiko akan semakin tinggi.
3. Tumpang tindih antara kepentingan negara dan perusahaan mengenai perencanaan pajak.
4. Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan.
5. Nilai perusahaan akan menunjukkan kemakmuran bagi pemegang saham, apabila nilai perusahaan tinggi maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi, sehingga terhadap kepercayaan pasar, tidak hanya pada kinerja perusahaan sekarang tetapi juga dapat melihat prospek perusahaan di masa yang akan datang.
6. Profitabilitas menggambarkan kinerja suatu perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk meningkatkan laba rugi perusahaan, jika nilai ROA suatu perusahaan rendah, maka tidak baik kinerja sebuah perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya penelitian ini, dari uraian latar belakang di atas penulis membatasi pembahasannya berfokus pada “Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019)”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah disampaikan, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh tingkat pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
3. Bagaimana pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
4. Bagaimana pengaruh tingkat pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

5. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
6. Bagaimana pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI.
3. Untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI.
4. Untuk mengetahui pengaruh tingkat pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan yang terdaftar di BEI.

5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan yang terdaftar di BEI.
6. Untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan yang terdaftar di BEI.

1.5.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh tingkat pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan, maupun pengaruh ukuran perusahaan dan perencanaan pajak yang juga bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Akademis

Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan, memberikan suatu karya peneliti baru yang dapat mendukung dalam pengetahuan akuntansi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya mengenai “Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Perusahaan,

Ukuran Perusahaan, dan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2015-2019).