

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

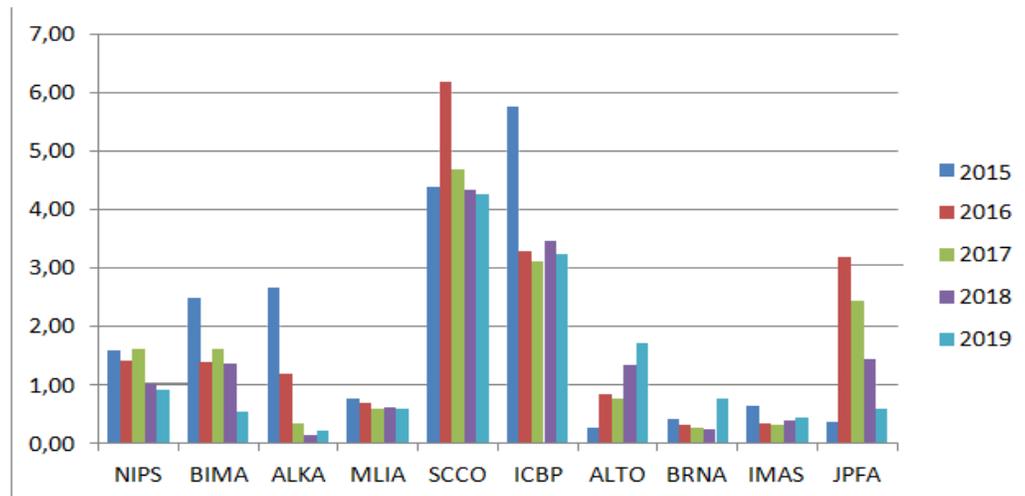
Dengan perkembangan zaman dunia perekonomian sekarang semakin maju, yang menyebabkan perusahaan-perusahaan saling bersaing akan semakin banyak dan akan terus bertambah apalagi dalam menghadapi covid-19 pada saat ini sehingga dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan terus berusaha meningkatkan nilai perusahaannya secara berkesinambungan. Dan pada umumnya semua perusahaan menginginkan peningkatan terhadap nilai perusahaannya sehingga perusahaan dapat dikatakan lebih maju. Dalam era globalisasi tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan akan semakin berat, tidak hanya bertujuan untuk dapat *survive* melainkan harus mampu memiliki keunggulan bersaing dibandingkan dengan perusahaan lain. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli. Tujuan jangka panjang dari dibentuknya suatu perusahaan ialah untuk memaksimalkan suatu nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan ataupun pemegang saham.

Pasar modal memberi kontribusi dalam perekonomian indonesia, PT Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai salah satunya bursa yang menjadi acuan pasar modal indonesia yang memiliki 660 emiten dengan emiten terbesarnya adalah industri manufaktur. Industri manufaktur memegang peranan kunci

sebagai mesin pembangunan, karena dibandingkan dengan industri lainnya, industri manufaktur memiliki kapasitas modal internal yang sangat besar, kemampuan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, dan kemampuan menciptakan nilai tambah setiap input atau bahan dasar yang diolah (AKKOÇ, 2019).

Fenomena yang terjadi di Bursa Efek Indonesia (BEI) sering mengalami kondisi naik turunnya harga saham. Harga saham yang berubah disebabkan oleh informasi yang berasal dari faktor internal maupun faktor eksternal perusahaan seperti kebijakan pemerintah, kondisi perekonomian dan lainnya, sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dikutip dari CNBC Indonesia salah satu sektor dari 10 sektoral di BEI yang mengalami koreksi dalam hari ini adalah sektor manufaktur yang terkoreksi 2,16%. Sektor manufaktur ini salah satu yang mengalami koreksi dalam selama tahun berjalan atau *year to date*, yaitu 13,57% hingga perdagangan Rabu (26/2/2020). Nilai kapitalisasi saham sektor manufaktur tercatat tergerus Rp 309,13 triliun dari Rp 2.317,14 triliun di akhir 2019 menjadi Rp 2.008,01 triliun pada perdagangan rabu kemarin. Secara nominal, penurunan nilai kapitalisasi tersebut merupakan yang terbesar dari 10 sektor lainnya <https://www.cnbcindonesia.com>.

Gambar Grafik 1. 1
Fenomena Nilai Perusahaan Pada Beberapa Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di BEI 2015-2019



Sumber : www.idx.co.id

Grafik 1.1 di atas menunjukkan terdapat fenomena yang terjadi pada beberapa perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Seperti terlihat pada gambar di atas, metode perhitungan nilai perusahaan adalah *Tobins'Q* cenderung melemah. Terlihat bahwa hanya PT Tri Banyan Tirta, Tbk (ALTO) yang mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. Sedangkan pada PT. Nipress, Tbk (NIPS) dan PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk (BIMA) dari tahun 2015 sampai tahun 2019 mengalami penurunan nilai perusahaan setiap tahunnya, akan tetapi pada tahun 2017 nilai perusahaan PT. Nipress, Tbk dan PT. Primarindo Asia Infrastructure, Tbk mengalami peningkatan. Dan pada PT. Mulia Industrindo, Tbk (MLIA), PT. Berlina, Tbk (BRNA) dan PT. Indomobil Sukses Internasional, Tbk (IMAS) dari tahun 2015

sampai tahun 2019 nilai perusahaannya mengalami *undervalued* (< 1). Berbeda dengan PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk (ICBP) dan PT. Supreme Cable Manufacturing & Commerce, Tbk (SCCO) dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2019 nilai perusahaannya selalu *overvalued* (>1) meskipun setiap tahunnya mengalami fluktuasi nilai perusahaan, hal tersebut nantinya akan menjadi pertimbangan investor untuk berinvestasi. Lalu dilihat pada PT. Alakasa Industrindo, Tbk (ALKA) pada tahun 2015-2019 mengalami penurunan yang sangat drastis, bahkan pada tahun 2017-2019 nilai perusahaan tersebut mengalami *undervalued* (< 1). Sedangkan pada PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk (JPFA) pada tahun 2015 mengalami *undervalued* (< 1) meskipun pada tahun 2016 nilai perusahaan mengalami peningkatan yang cukup tinggi, akan tetapi pada tahun 2016-2019 nilai perusahaan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk selalu mengalami penurunan. Bahkan di tahun 2019 nilai perusahaan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk mengalami *undervalued* (< 1) kembali.

Fluktuasi nilai rata-rata *Tobins' Q* yang terjalin pada perusahaan manufaktur periode 2015- 2019 disebabkan karena harga saham dipasar naik turun sehingga mempengaruhi nilai buku perusahaan itu sendiri. Turun naiknya harga saham di pasar didetetapkan oleh kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri, misalnya, kemampuan suatu perusahaan menciptakan keuntungan dengan memakai jumlah aset yang dimilikinya (www.idx.co.id).

Tabel 1. 1
Rata-Rata Rasio Tobins'q Pada Beberapa Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di BEI 2018-2020

Perusahaan	<i>TOBINS'Q</i>		
	2018	2019	2020
Arwana Citramulia Tbk	1,78	1,63	2,33
Mark Dynamics Indonesia Tbk	4,66	0,77	1,05
Surya Toto Indonesia Tbk	1,35	1,11	1,82
Saranacentral Bajatama Tbk	0,82	0,74	0,76
Betonjaya Mnunggal Tbk	0,16	0,08	0,32
Indal Alumunium Industry Tbk	0,38	0,42	0,39
Lion Metal Works Tbk	0,31	0,20	0,11
Lionmesh Prima Tbk	0,18	0,21	0,27
Pelangi Indah Canindo Tbk	0,51	1,36	0,67
Duta Pertiwi Nusantara Tbk	0,05	-0,05	-0,10
Ekadharna Internasional Tbk	0,65	0,67	0,54
Intanwijaya Internasional Tbk	0,13	-0,06	0,10

Sumber : www.idx.co.id (Data diolah 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang di ukur dengan rasio *Tobins'q* terjadi naik turun atau biasa disebut fluktuatif. Nilai perusahaan atau rasio *Tobins'q* yang paling tinggi ada pada Perusahaan Mark Dynamics Indonesia Tbk pada tahun 2018 sebesar 4,66. Sedangkan nilai perusahaan atau rasio *Tobins'q* terendah terdapat pada

Perusahaan Duta Pertiwi Nusantara Tbk pada tahun 2019 sebesar -0,05.

Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Fenomena yang terjadi di perusahaan manufaktur menunjukkan bahwa harga sahamnya menunjukkan kondisi yang fluktuatif dan sulit diprediksi. Selain itu harga sahamnya juga sangat rentan terhadap kondisi perekonomian di Indonesia. Seperti beberapa tahun lalu ketika terjadi krisis global yang membuat harga saham perusahaan industri manufaktur mengalami penurunan. Penurunan tersebut diakibatkan karena meningkatnya inflasi serta tingkat suku bunga sehingga menyebabkan peningkatan kondisi rata-rata harga saham.

Perusahaan merupakan sekelompok orang yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan dalam suatu organisasi. Tujuan jangka panjang yang menjadi prioritas suatu perusahaan adalah peningkatan nilai perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan dapat mensejahterakan para pemegang saham. Nilai perusahaan adalah persepsi investor keberhasilan suatu perusahaan biasanya berkaitan dengan harga saham. Harga persediaan yang tinggi membuat nilai perusahaan menjadi tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya dengan kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga tentang prospek masa depan perusahaan (Septyaningrum, 2020). Tujuan jangka panjang dari dibentuknya suatu perusahaan ialah untuk memaksimalkan suatu nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan ataupun pemegang saham. Jika pemegang saham memperoleh kemakmuran, maka

perusahaan akan mendapatkan dampak positif yaitu para pemegang saham akan tetap melakukan investasi dan calon investor dapat tertarik dalam menginvestasikan modalnya ke dalam perusahaan tersebut. Dari kondisi tersebut memunculkan persepsi bahwa nilai perusahaan adalah hal yang sangat penting untuk prospek jangka panjang perusahaan di masa mendatang.

Faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan diantaranya adalah tindakan *tax planning*. *Tax planning* merupakan usaha yang dilakukan wajib pajak supaya dapat meminimalkan kewajiban pajak yang hendak dibayarkan. Tentang ini dilakukan dengan metode menghindari pajak serta tidak melanggar tata tertib perpajakan (Hidayat & Pesudo, 2019). *Tax planning* dinilai efektif dan legal, sehingga perusahaan dapat melakukannya dengan mempertimbangkan resiko dan keuntungan yang didapat dari aktivitas yang dilakukan. Aktivitas *tax planning* ialah satu dari sekian banyak metode yang dicoba untuk memanipulasi pelaporan keuangan perusahaan. (Aji & Atun, 2019b) semakin besar perencanaan pajak maka akan semakin besar perusahaan mengalami penurunan nilai. Hal ini akan terus menjadi memberikan sinyal untuk pihak fiskus guna lebih mencermati perusahaan tersebut. Dampaknya perusahaan wajib bersiap untuk menanggung kekurangan pajak beserta sanksi sesudah dilakukan pengecekan. Hal yang perlu menjadi perhatian dalam melakukan tindakan perencanaan pajak yaitu tidak melanggar aturan perpajakan, dan adanya bukti pendukung yang memadai.

(Riati et al., 2020) *tax planning* adalah upaya yang mencakup rencana agar

beban pajak dapat lebih efisien dan usaha mencari peluang untuk perusahaan dapat membayar pajak serendah mungkin. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan keuntungan pengurangan setelah pajak bersih dengan meminimalkan biaya yang dikeluarkan oleh pajak. Semakin kecil beban pajak yang dikeluarkan perusahaan semakin besar keuntungan bersih perusahaan. Terdapat dua perspektif yang berbeda di dalam perencanaan pajak. Perspektif yang pertama adalah perspektif *agency teory* yang dijelaskan bahwa perencanaan pajak memberi celah bagi pihak manajerial untuk melakukan suatu tindakan oportunistik sehingga dapat menurunkan nilai dari perusahaan. Perspektif kedua adalah perspektif tradisional yang menjelaskan bahwa perencanaan pajak memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Banyak upaya kinerja yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, diantaranya dengan memperkecil penghasilan yang diperoleh dengan melaporkan sebagian penghasilannya atau tidak melaporkan seluruhnya. Perusahaan selain memiliki tujuan meningkatkan laba juga memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dan salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan penghematan arus kas keluar melalui pembayaran pajak yang efektif dan efisien. Pajak merupakan transfer kekayaan atas sebagian penghasilan yang diterima oleh perusahaan sebagai wajib pajak kepada negara yang dapat dipaksakan menurut undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung. Banyak perusahaan menganggap pajak sebagai faktor terbesar dalam kurangnya laba perusahaan sehingga perusahaan

melakukan banyak cara agar bisa memaksimalkan laba dengan mengurangi biaya pajak. Dan salah satu cara yang dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan tindakan agresivitas pajak. Agresivitas pajak merupakan tindakan yang bertujuan untuk mengurangi beban perpajakan dengan mengurangi laba kena pajak melalui perencanaan pajak yang sah atau ilegal (Prastiwi & Walidah, 2020). (Sidanti & Cornaylis, 2018) mendefinisikan agresivitas pajak merupakan kegiatan perencanaan pajak (*tax planning*) dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif dengan melibatkan perusahaan dalam suatu usaha. Agresivitas pajak dapat dilakukan melalui mekanisme golongan *tax evasion* dan *tax avoidance* (Suprihatin & Oliviana, 2020). Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan. Agresivitas pajak merupakan hal yang sekarang sangat lazim dilakukan dikalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Tindakan ini bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan yang kini menjadi perhatian publik karena tidak sesuai dengan harapan masyarakat dan juga merugikan pemerintah. Hal ini dapat memfasilitasi manajer untuk bertindak mengejar tujuan pribadi dan mengabaikan kepentingan pemilik atau pemegang saham. Masalah keagenan tersebut dapat diminimalisir dengan ukuran perusahaan.

Besar kecilnya perusahaan juga menentukan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan menampilkan aktivitas yang dimiliki oleh perusahaan (Alifiani et al., 2020). Ukuran perusahaan (*SIZE*) merupakan salah satu indikator kekuatan keuangan suatu perusahaan (Oktaviani et al., 2019). Seberapa besar perusahaan bisa secara dilihat baik dari skala perusahaan, jumlah peninggalan yang dimiliki

perusahaan, frekuensi penjualan, pangsa pasar serta aspek yang lain, perusahaan yang besar hendak memunculkan kesan mempunyai kepastian ataupun *going concern* yang lebih tinggi dibanding perusahaan kecil, serta pula akan lebih gampang dalam mendapatkan pembiayaan eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan berarti semakin besar aktiva yang bisa dijadikan jaminan untuk memperoleh hutang sehingga hutang akan meningkat. Ukuran perusahaan termasuk dalam variabel yang berpotensi yang banyak digunakan dalam menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan (Sari & Sayadi, 2020). Kenaikan harga saham perusahaan dan kenaikan nilai perusahaan dapat ditentukan dari harga saham yang tercatat di BEI.

Mengatasi penurunan nilai perusahaan yang disebabkan oleh *tax planning*, agresivitas pajak, dan ukuran perusahaan dapat menambah keterbukaan informasi dalam laporan perusahaan. Penelitian terkini mengatakan bahwa transparansi informasi dapat berperan sebagai *good corporate governance* untuk mencegah konflik kepentingan diantara para pemangku kepentingan dengan cara menyajikan laporan terperinci perusahaan kepada pengguna laporan perusahaan (Hanif & Ardiyanto, 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“NILAI PERUSAHAAN MELALUI TRANSPARANSI INFORMASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI : TAX PLANNING, AGRESIVITAS PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disebutkan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Nilai persusahaan yang rendah di sebabkan oleh kecilnya tingkat keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur dalam kelangsungan majunya sebuah perusahaan.
2. Penurunan nilai perusahaan berdampak mengurangi nilai harga saham, faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan diantaranya adalah tindakan *tax planning* dan agresivitas pajak.
3. *Tax planning* memberi celah bagi pihak manajerial untuk melakukan suatu tindakan oportunistik sehingga dapat meningkatkan nilai dari perusahaan.
4. Masih banyak perusahaan yang belum mengetahui bahwa agresivitas pajak dapat mengurangi beban perpajakan dengan mengurangi laba kena pajak melalui perencanaan pajak yang sah atau illegal.
5. Masih ada yang melakukan kecurangan dalam membayarkan pajak dan memanipulasi laporan keuangan untuk mengecilkan beban pajak baik perseorangan maupun badan.
6. Masih kurangnya pemahaman tentang *size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

7. Adanya pajak yang dipungut pemerintah menyebabkan perusahaan melakukan penghindaran pajak untuk memperoleh laba maksimal.
8. Masih banyak perusahaan yang belum mengetahui arti penting *tax planning* untuk peningkatan nilai perusahaan.
9. Nilai perusahaan masih dipengaruhi oleh banyak faktor baik internal maupun eksternal perusahaan.
10. Transparansi informasi dapat memberikan informasi bagi pemilik saham, investor dan orang atau organisasi yang memerlukan informasi tentang perusahaan tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk melihat pengaruh identifikasi masalah terhadap nilai perusahaan, dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu **“Nilai Perusahaan Melalui Transparansi Informasi Sebagai Variabel Moderasi : *Tax Planning*, Agresivitas Pajak, Ukuran Perusahaan” (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020)**.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka perlu adanya batasan ruang lingkup untuk mempermudah pembahasan. Dalam penelitian ini merumuskan masalah yang akan menjadi pokok pembahasan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *tax planning* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 ?
2. Bagaimana pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 ?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020?
4. Bagaimana transparansi informasi dapat memoderasi *tax planning* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 ?
5. Bagaimana transparansi informasi dapat memoderasi agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 ?
6. Bagaimana transparansi informasi dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut penulis memiliki maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *tax planning* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020
4. Untuk mengetahui dan menganalisis *pengaruh tax planning* terhadap nilai perusahaan yang di moderasi oleh transparansi informasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh agresivitas pajak terhadap nilai perusahaan yang di moderasi oleh transparansi informasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang di moderasi oleh transparansi informasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian diperlukan untuk melengkapi penelitian sebelumnya, sehingga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan beberapa variabel independen yang telah terbukti berpengaruh pada nilai perusahaan. Sehingga mampu meningkatkan harga saham dan menarik para investor untuk berinvestasi lebih banyak lagi, serta perusahaan dapat tumbuh dan berkembang.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Bagi investor hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan investasi yang akan dilakukan investor dan variabel-variabel apa yang diperhatikan apabila ingin berinvestasi pada saham di perusahaan yang terdaftar di BEI.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan tentang nilai perusahaan sehingga meningkatkan nilai pada pasar modal khususnya nilai perusahaan. Mahasiswa mampu mengidentifikasi faktor pengaruh nilai perusahaan terutama dari internal dan eksternal perusahaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran dan referensi tentang nilai perusahaan dan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi atau rujukan pada peneliti selanjutnya sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.