

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan dianggap krusial karena dapat mencerminkan kondisi suatu perusahaan, apakah kinerjanya sudah baik atau tidak. Nilai perusahaan merupakan respons investor terhadap nilai tersebut, yang sangat berkaitan dengan harga saham perusahaan itu sendiri (Octaviana, 2022). Dalam melakukan sebuah perencanaan perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut, untuk menjaga nilai dari perusahaan tersebut berkaitan langsung dengan adanya sebuah perencanaan yang harus dilakukan oleh perusahaan, dengan perencanaan tersebut akan mempengaruhi secara langsung terhadap beban pajak, sehingga kecil besarnya beban pajak akan memperlihatkan keuntungan perusahaan karena beban-beban yang dibayarkan tersebut, harga saham pun akan mengalami kenaikan jika perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih besar dan akan berpengaruh terhadap minat investor (Putra & Gantino 2021), yaitu memaksimalkan nilai perusahaan akan menunjukkan keuntungan bagi pemegang saham. Peningkatan nilai akan menarik investor untuk berinvestasi.

Purchasing Managers' Index (PMI) manufaktur Indonesia pada Oktober 2024 tercatat stagnan di level kontraksi sebesar 49,2, tanpa perubahan dari bulan sebelumnya. Indeks ini telah menunjukkan kontraksi sejak Juli 2024, dimulai dari angka 49,3, dan pada Agustus merosot ke 48,9. Dalam laporan terbaru dari S&P Global, sektor manufaktur Indonesia masih mengalami penurunan dalam produksi, permintaan baru, dan ketenagakerjaan. Paul Smith, Direktur Ekonomi S&P Global *Market Intelligence*, menyatakan bahwa kondisi ini disebabkan oleh aktivitas pasar yang belum pulih akibat ketidakpastian geopolitik yang membuat klien menjadi waspada dan tidak mengambil tindakan (Nurdifa, 2024).

Alasan munculnya kasus penurunan permintaan dan produksi di Indonesia adalah dampak dari lemahnya daya beli masyarakat. Pada Oktober 2024,

Purchasing Managers' Index (PMI) manufaktur Indonesia stagnan di level 49,2, yang menunjukkan bahwa sektor ini telah mengalami kontraksi selama empat bulan berturut-turut. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk berkurangnya permintaan baru dan produksi, serta pengurangan tenaga kerja. Menurut laporan S&P Global, penurunan PMI mencerminkan lesunya pasar manufaktur, di mana *output* dan pesanan baru mengalami penurunan marginal. Hal ini menyebabkan perusahaan harus mengurangi jumlah staf dan meningkatkan stok barang yang tidak terjual. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto juga menyatakan bahwa pelemahan konsumsi domestik menjadi salah satu penyebab utama kontraksi PMI, sehingga pemerintah berencana untuk fokus pada peningkatan daya beli masyarakat untuk memulihkan kondisi ini (S&P *Global Market Intelligence*, 2024).

Penurunan permintaan dan produksi di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor ekonomi yang saling terkait. Salah satu faktor utama adalah inflasi, yang mengurangi daya beli masyarakat. Ketika inflasi meningkat, konsumen menjadi lebih selektif dalam berbelanja, sehingga konsumsi yang merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan. Hal ini tercermin dalam laporan yang menyatakan bahwa "deflasi yang terjadi secara berkelanjutan ini dapat membawa dampak negatif yang cukup signifikan bagi sektor riil, terutama ketika terjadi berbarengan dengan melemahnya daya beli masyarakat dan penurunan permintaan *Tempo.com* (2024). Selain itu, kondisi ekonomi yang lesu turut berkontribusi pada penurunan permintaan. Ketidakpastian yang muncul akibat penurunan produksi dan permintaan dapat mengurangi kepercayaan investor. Jika investor merasa bahwa prospek pertumbuhan ekonomi tidak menjanjikan, mereka cenderung menunda investasi atau menarik kembali modal mereka. Hal ini menciptakan siklus negatif di mana penurunan investasi lebih lanjut memperburuk kondisi ekonomi, yang mengakibatkan pengurangan tenaga kerja dan penurunan produksi yang lebih besar *Jenius.com* (2024).

Terdapat Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertama, faktor perencanaan pajak, Perencanaan pajak yang baik mendukung

keberlangsungan hidup jangka panjang. Perencanaan pajak yang efektif memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga menghasilkan lebih banyak keuntungan dibandingkan pengorbanan yang diperlukan (Panggabean & Ritonga, 2024). Perusahaan dapat melakukan perencanaan pajak karena legal dan efektif. Perencanaan pajak dapat diukur dengan menggunakan Tarif Pajak Efektif atau *Effective Tax Rate* (ETR). Tarif Pajak Efektif adalah besarnya tarif pajak yang berlaku atau yang harus diterapkan atas dasar pengenaan pajak tertentu. Dalam hal ini pajak penghasilan, dasar pengenaan pajak yang digunakan lazimnya adalah penghasilan *netto*. Terdapat beberapa perbedaan hasil dari beberapa penelitian terbaru, Kusumanegara (2023) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Disisi lain, Anggraeni dan Mulyani (2020) menyimpulkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Janah dan Munandar (2022) menemukan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang akan mempengaruhi nilai perusahaan merupakan profitabilitas, merupakan ukuran kinerja keuangan yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Salsabilla dan Rahmawati (2021) mengemukakan bahwa profitabilitas memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan, dengan rasio *Return on Equity* (ROE) sebagai indikator utama dalam menilai profitabilitas tersebut. Namun, lain hal dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jariah (2016) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun profitabilitas penting, variabel lain juga perlu dipertimbangkan dalam analisis nilai perusahaan. Interaksi antara perencanaan pajak dan profitabilitas menjadi fokus penting dalam penelitian ini. Hasil penelitian oleh Pratiwi dan Stiawan (2022) menunjukkan bahwa perencanaan pajak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Artinya, semakin baik perencanaan pajak yang dilakukan, semakin besar pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Terdapat beberapa perbedaan hasil dari beberapa penelitian terbaru. Ristiani dan Sudarsi (2022) menyatakan bahwa Profitabilitas

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Perdana (2023) juga menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Khairunnisa dan Lubis (2023) juga menyampaikan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah positif.

Tingginya likuiditas dapat memberikan perusahaan posisi yang stabil, karena kemungkinan kebangkrutan akibat ketidakmampuan membayar utang menjadi kecil. Kasmir (2019) menjelaskan bahwa *Current Ratio* (CR) berfungsi sebagai indikator likuiditas yang menilai solvabilitas jangka pendek, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban utang jangka pendek saat jatuh tempo dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki. Citra positif perusahaan akan tercipta jika perusahaan mampu melunasi utangnya, sehingga memberikan sinyal yang baik bagi investor untuk berinvestasi (Anggraeni dan Sulhan, 2020). Menurut Elisa (2021), likuiditas yaitu suatu kemampuan yang dimiliki perusahaan dalam melunasi atau membayar hutang-hutang jangka pendeknya menggunakan aset lancar yang dimiliki perusahaan sehingga semakin tinggi tingkat kepercayaan para investor bahwa perusahaan tersebut nantinya juga mampu membayar dividen. Tingkat likuiditas yang tinggi dapat memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan dianggap mampu memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba atau keuntungan yang lebih tinggi nantinya. Terdapat beberapa perbedaan hasil dari beberapa penelitian terbaru, Tiara dan Andayani (2022) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Disisi lain, Dewi dan Ekadjaja (2020) menyimpulkan bahwa pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan adalah negatif. Selain itu, Herawan dan Dewi (2021) menyampaikan likuiditas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Peningkatan nilai suatu perusahaan dapat dilihat melalui ukuran suatu perusahaan, ukuran perusahaan tersebut dapat diketahui melalui laporan keuangan perusahaan. Adapun pengertian ukuran perusahaan adalah tolak ukur yang menunjukkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan (Wibowo, 2021). Ukuran perusahaan adalah skala besar kecil sebuah perusahaan yang dapat dilihat dari total penjualan, kapitalisasi pasar, dan total asset perusahaan. Ukuran perusahaan dapat

mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah memperoleh sumber pendanaan. Ukuran perusahaan sendiri juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi suatu nilai perusahaan. Semakin besar skala yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka perusahaan juga akan semakin mudah dan fleksibel untuk melakukan perolehan sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal. Berdasarkan teori agensi, perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Putri et al, 2016). Terdapat beberapa perbedaan hasil dari beberapa penelitian terbaru. Anggasta dan Subendah (2020) menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Selain itu, Akbar dan Fahmi (2019) menyampaikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, Herawan dan Dewi (2021) menyimpulkan pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan adalah negatif.

Penelitian ini dilakukan untuk merespons dinamika yang terjadi dalam sektor manufaktur Indonesia, khususnya selama periode 2019–2023. Penurunan *Purchasing Managers' Index* (PMI) secara konsisten sejak pertengahan 2024 menunjukkan lemahnya daya beli masyarakat, penurunan permintaan, serta ketidakpastian ekonomi yang memengaruhi nilai perusahaan. Dalam kondisi seperti ini, faktor-faktor internal seperti perencanaan pajak, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan menjadi sangat krusial untuk dianalisis karena dapat memengaruhi keputusan investor dan keberlangsungan perusahaan. Selain itu, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan tidak konsisten atau kontradiksi mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap nilai perusahaan. Misalnya, beberapa penelitian menyebutkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang sebaliknya. Ketidakteraturan hasil ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh perencanaan pajak, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2019-2023. Dengan latar belakang tersebut, rumusan masalah berikut akan dirumuskan untuk memberikan fokus yang jelas dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, rumusan masalah yang relevan untuk penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah perencanaan pajak, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menguji pengaruh signifikan perencanaan pajak, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya meneliti Perencanaan pajak, Profitabilitas, Likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian ini hanya meneliti pada perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2019-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - Pengembangan Ilmu Pengetahuan: Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan manajemen keuangan, khususnya dalam konteks perencanaan pajak dan nilai perusahaan. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur yang ada dengan data empiris yang relevan.
 - Peningkatan Pemahaman: Penelitian ini akan meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara variabel-variabel independen (perencanaan pajak, profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan) dengan nilai perusahaan. Ini penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut saling berinteraksi dalam konteks perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
 - Dasar Untuk Penelitian Selanjutnya: Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan di bidang yang sama atau terkait, sehingga mendorong eksplorasi lebih lanjut mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Manfaat Praktis
 - Bagi Perusahaan Manufaktur: Penelitian ini memberikan rekomendasi tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor.

- Bagi Investor: Investor dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengevaluasi potensi pertumbuhan perusahaan manufaktur berdasarkan kinerja keuangan dan strategi perencanaan pajak yang diterapkan.
- Perancangan Kebijakan Perpajakan: Hasil penelitian mengenai perencanaan pajak dan nilai perusahaan dapat memberikan dasar bagi regulator untuk merancang kebijakan perpajakan yang lebih adil dan transparan. Ini penting untuk menciptakan insentif bagi perusahaan agar melakukan perencanaan pajak secara efektif.

