

BAB I

PENDAHULUAN

Terdapat tujuh sub-bab yang ada di dalam bab ini, diantaranya: latar belakang masalah yang membahas mengenai alasan-alasan masalah yang dikemukakan dalam penelitian dianggap menarik, penting, dan perlu diteliti. Identifikasi masalah menjelaskan masalah dengan membuat penjelasan yang dapat diukur. Identifikasi ini dilakukan sebagai langkah awal penelitian. Memilih pertanyaan yang dipilih sesuai dengan masalah yang telah diungkapkan sehingga dapat membentuk batasan masalah. Batasan penelitian memberi gambaran bahwa dalam melakukan penelitian, diperlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit.

Rumusan masalah dapat di definisikan sebagai pertanyaan yang akan dicari jawabannya berupa kebenaran dengan cara melakukan penelitian atau mengumpulkan data yang ada. Tujuan penelitian sendiri merupakan solusi dari pertanyaan - pertanyaan yang dijabarkan pada batasan masalah. Manfaat dari penelitian membahas mengenai hal untuk menyelidiki keadaan, alasan, dan konsekuensi terhadap suatu keadaan khusus.

A. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Hery, 2017). Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam operasi masa lalu dan prospek dimasa



yang akan datang untuk meyakinkan pemegang saham yang diindikatori oleh rasio-rasio seperti *market book value* dan *price earning ratio* (PER).

Nilai perusahaan sangat berkaitan dengan kinerja perusahaan untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan kekayaan para pemegang saham. Menurut Prihadi (2013) tujuan utama perusahaan adalah memberikan kemakmuran kepada pemegang saham (*investor*). Ukuran kemakmuran yang utama adalah *value* (nilai). Tujuan manajemen keuangan korporat adalah bagaimana membantu perusahaan untuk memaksimalkan *value*. Dengan semakin tinggi *value* perusahaan maka pemilik atau investor semakin makmur.

Menurut Dewi et al. (2014) nilai perusahaan sangat penting untuk dibahas karena menggambarkan kondisi perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan, sehingga setiap pemilik perusahaan akan berusaha menunjukkan kinerja yang baik agar calon investor tertarik dan menanamkan modal. Selain itu, Nurlela & Ishaluddin (2008a) menyatakan bahwa nilai perusahaan akan mampu memberikan kesejahteraan bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham meningkat. Nilai perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh investor dari suatu perusahaan.

Berikut adalah fenomena yang terjadi di Indonesia mengenai adanya Covid-19 yang sangat mempengaruhi pertumbuhan Nilai Perusahaan. Lebih dari satu tahun Indonesia dilanda pandemi Covid-19. Covid-19 (Coronavirus disease 2019) merupakan jenis penyakit yang disebabkan oleh salah satu varian coronavirus baru yaitu severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2). Sampai dengan tanggal 20 Mei 2021 terdapat 3.412.032 kematian akibat Covid-19 atau 2,07% dari jumlah kumulatif kasus terkonfirmasi positif yang pastinya mengganggu mata pencaharian miliaran orang. Dengan





adanya pandemi Covid-19 ini menyebabkan krisis kesehatan, selain itu juga memicu terjadinya krisis ekonomi. Di sisi lain, pengaruh Covid-19 yang cenderung negatif juga terjadi di pasar modal yang tentunya juga akan mempengaruhi nilai perusahaan sektor manufaktur. Hal ini dikarenakan investor menghadapi tingkat ketidakpastian yang tinggi mengenai dampak yang ditimbulkan oleh Covid-19, baik secara fisik maupun finansial (Baek et al., 2020).

Fenomena yang terjadi ini sangat mempengaruhi nilai perusahaan Baek et al., (2020) banyaknya perusahaan yang mengalami krisis dan kebangkrutan menyebabkan nilai perusahaan melemah pada saat itu. Covid-19 memberikan dampak negatif yang sangat luar biasa terhadap perusahaan terutama sektor manufaktur, seperti penurunan harga saham dan kinerja keuangan, yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jumlah angka kasus kumulatif pasien Covid-19 semakin hari semakin bertambah, hal tersebut tentu mempengaruhi para investor dan membuat mereka khawatir. Kondisi ekonomi yang selalu mengalami perubahan berdampak pada nilai perusahaan dan mempengaruhi kinerjanya. Informasi yang termuat dalam laporan keuangan merupakan faktor internal yang dapat mempengaruhi harga saham dan faktor eksternal seperti pandemi Covid-19 juga dapat mempengaruhi pergerakan harga saham yang tentunya mempengaruhi nilai Perusahaan.

Industri manufaktur adalah industri pengolahan, yaitu suatu usaha yang mengolah atau mengubah bahan mentah menjadi barang jadi ataupun barang setengah jadi yang mempunyai nilai tambah, yang dilakukan secara mekanis dengan mesin, ataupun tanpa menggunakan mesin (BPS). Bursa Efek Indonesia sendiri membagi manufaktur menjadi tiga, sektor industri barang konsumsi, sektor industri dasar & kimia, dan sektor aneka industri. Sama halnya dengan sektor ekonomi lainnya perusahaan manufaktur juga memiliki kinerja keuangan dan laporan keuangan, oleh sebab itu dengan adanya pandemic



covid-19 ini perusahaan sektor manufaktur juga merasakan dampak negatifnya yaitu mengalami kerugian dan penurunan nilai perusahaan yang sangat signifikan. Menurunnya permintaan terhadap kebutuhan barang mengganggu stabilitas produksi industri sehingga perputaran bisnis berjalan tidak sesuai dengan harapan sementara kewajiban para pengusaha harus tetap optimal.

Kinerja industri manufaktur nasional mulai mengalami penurunan secara signifikan pada bulan Maret 2020, yang ditandai dengan melemahnya angka Manufacturing PMI (*Purchasing Managers' Index*) pada sektor manufaktur dari level 51,9 pada bulan Februari 2020 menjadi 45,3 pada bulan Maret 2020 dan terjun bebas ke level terendah menjadi 27,5 pada bulan April 2020. (angka di bawah level 50 merupakan kontraksi pada aktivitas manufaktur). Hal ini diperkuat oleh pernyataan resmi pemerintah melalui kementerian perindustrian pada bulan April 2020 yang menyebutkan bahwa beberapa sektor industri manufaktur mengalami penurunan kapasitas produksi hingga 50 persen, terkecuali industri alat-alat kesehatan dan obat-obatan.

Adapun variabel - variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan bermacam-macam, diantaranya ukuran perusahaan, profitabilitas, struktur modal, dan harga saham yang dilakukan pada penelitian Nurawidawiyah & Susilawati (2020) dan juga dapat dipengaruhi oleh variabel perencanaan pajak dan kepemilikan manajerial (Hidayat & Pesudo, 2019) serta kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan pengungkapan *corporate social responsibility* (Dewi & Sanica,2017). Pada penelitian ini akan menggunakan tiga variabel independent yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yakni perencanaan pajak, pengungkapan *corporate social responsibiloity*, dan ukuran perusahaan. Ketiga variabel yang dipilih memiliki hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten dan diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat mengungkapkan informasi lebih banyak dan



diharapkan perusahaan dapat lebih memperhatikan variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini agar lebih siap dalam menghadapi situasi yang mungkin akan terjadi kedepannya.

Variabel pertama yang digunakan pada penelitian ini adalah perencanaan pajak. Perencanaan pajak adalah suatu kapasitas yang dimiliki oleh wajib pajak untuk menyusun aktivitas keuangan guna mendapat pengeluaran (beban) pajak yang minimal. Perusahaan melakukan perencanaan pajak dalam upaya meminimalkan pembayaran pajak. Menurut pihak internal perusahaan, pajak dianggap sebagai beban dan dapat mengurangi laba yang cukup signifikan, maka jumlah pajak yang dibayar perusahaan dapat ditekan serendah mungkin agar tidak banyak mempengaruhi nilai perusahaan.

Upaya pemerintah untuk mengurangi dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia dengan menerapkan berbagai kebijakan. Salah satu kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah yaitu memberikan program insentif pajak kepada pelaku usaha yang mengalami penurunan omset. Kebijakan tersebut termuat dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 86/PMK. 03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Kementrian Keuangan RI, 2020). Dengan adanya insentif perpajakan yang dikeluarkan pemerintah justru disalahgunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan perencanaan pajak dengan melakukan upaya penghindaran pajak selama pandemi covid-19 berlangsung (Firmansyah & Ardiansyah, 2020).

Perencanaan pajak diukur dengan menggunakan *Effective Tax Rate* atau tarif pajak efektif. *Effective Tax Rate* adalah penerapan keefektifan suatu perusahaan dalam mengelola beban pajaknya dengan membandingkan beban pajak dengan total laba sebelum pajak (Ambarukmi & Diana, 2017). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yuono &



Widyawati, 2016) dan (Lestari, 2014) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian yang telah dilakukan oleh (Hidayat & Hairi, 2016) dan (Hanlon, 2005) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel Independen kedua yang digunakan pada penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. UUPT pasal 1 ayat 3 juga menyatakan bahwa tanggung jawab sosial (CSR) adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Jenis kegiatan CSR (*Corporate Sosial Responsibility*) terbagi menjadi beberapa hal seperti sosial, lingkungan, Kesehatan, peningkatan daya beli, infrastruktur, sarana dan prasarana keagamaan, dan lain-lain. Pengungkapan CSR akan meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap produk dan jasa perusahaan sehingga masyarakat akan mengalirkan dananya ke perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. CSR dianggap sebagai investasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan (Wahyudi & Azheri, 2008) yang menghasilkan keuntungan.

Penelitian mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan telah banyak dilakukan namun menunjukkan hasil yang beraneka ragam. Penelitian terdahulu yang menyatakan pengungkapan *corporate social responsibility*



berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ditunjukkan oleh hasil penelitian Sulbani (2021), Umbara & Suryanawa (2014) serta D'Amato & Falivena (2020) Hasil sebaliknya yakni berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan ditunjukkan oleh hasil penelitian Rukmana et al. (2020) serta Anwar et al. (2021)

Variabel independent ketiga yang digunakan adalah ukuran perusahaan. Ukuran Perusahaan menurut Machfoedz (1994) adalah skala ukuran yang dilihat dari total asset suatu perusahaan atau organisasi yang menghubungkan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi perusahaan yang jelas akan mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri. Ukuran perusahaan dipilih sebagai variabel independen karena berdasarkan penelitian terdahulu tidak konsisten. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016) dan Novari & Lestari (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda hasil penelitian yang dilakukan oleh Safaruddin et al. (2023) dan Prastuti & Sudianta (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perencanaan pajak, pengungkapan corporate social responsibility, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI pada saat pandemi covid periode 2019-2022. Penelitian ini juga dilakukan dengan harapan agar kedepannya pada saat mengalami pandemi hal yang sama atau berbeda dengan tingkat resiko yang sama dengan sektor ekonomi dan financial yang akan kembali menurun, perusahaan akan mampu untuk mempersiapkan dalam menghadapi pandemic agar tidak menjadi kendala mengenai



perpajakan maupun nilai perusahaan yang bisa menjadi menurun secara signifikan seperti pada saat pandemic covid-19 berlangsung.

Mengingat pemerintah telah memberlakukan wajib pajak bagi pelaku usaha yang terutama yang kita bahas adalah perusahaan sektor manufaktur, dimana apa bila perusahaan tidak siap dalam peraturan pajak, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan mengetahui ukuran perusahaan juga akan sangat menyulitkan pada saat akan membayar pajak dan ditambah dengan adanya pandemi maka akan sangat menyusahakan dalam mengatasi hal tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah perencanaan perpajakan dapat mempengaruhi Nilai perusahaan ?
2. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi Nilai perusahaan ?
3. Apakah ukuran perusahaan dapat mempengaruhi Nilai perusahaan ?
4. Apakah perencanaan perpajakan, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan ?

C. Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah penelitian dengan mempertimbangkan masalah sebelumnya, sebagai berikut:

1. Apakah perencanaan pajak memiliki pengaruh terhadap nilai dari perusahaan ?
2. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?



D. Batasan Penelitian

Penulis menetapkan batasan penelitian untuk mempermudah proses pengumpulan data dan analisis data. Oleh karena itu, penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

Obyek Penelitian Penelitian ini dibatasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022.

Sumber data yang diteliti didapat dari IDX terkait topik penelitian.

Variabel yang diteliti adalah perencanaan perpajakan, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menggunakan data sekunder.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian di atas, maka rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Apakah Perencanaan Perpajakan, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Periode 2019-2022?”

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Perencanaan Pajak, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai Perusahaan dengan melakukan meta analisis dengan tujuan antara lain :

1. Untuk mengetahui apakah perencanaan pajak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.



2. Untuk mengetahui apakah pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu :

1. Bagi Pembaca

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai cara menentukan perencanaan perpajakan yang baik, mengetahui pengungkapan *corporate social responsibility* yang baik, serta menetapkan ukuran perusahaan yang baik terhadap nilai perusahaan agar pembaca dapat lebih cermat dan berhati-hati.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dalam menambah bahan informasi mengenai perencanaan perpajakan, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan masukan bagi penelitian yang sejenis selanjutnya.

3. Bagi Investor

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat membantu para investor dalam menentukan perusahaan yang tepat untuk menanamkan modalnya, serta memperhatikan aspek-aspek yang ada seperti perencanaan pajak, pengungkapan CSR, dan ukuran perusahaan untuk mengukur nilai perusahaan.