

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan didirikan dengan tujuan tertentu. Di antaranya adalah untuk menghasilkan jumlah uang yang paling besar, meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham, dan meningkatkan nilai perusahaan Putu & Mertha (2017). Nilai perusahaan didefinisikan oleh Sujoko dan Soebiantoro (2007) sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Wongso (2012) menyatakan bahwa nilai perusahaan atau value of the firm merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi bagaimana investor terhadap perusahaan Lestari dkk (2012). Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan Mahendra dkk (2012).

Menurut Putu & Mertha (2017) Price to book value (PBV) adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. PBV adalah perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Kemampuan sebuah perusahaan untuk menciptakan nilai terhadap dana yang diinvestasikan oleh investor ditunjukkan oleh rasio PBV. Semakin tinggi rasio PBV berarti perusahaan dapat dinyatakan berhasil menciptakan nilai perusahaan dan kemakmuran pemilik (Wihardjo, 2014).

Perusahaan yang menjual barangnya dikenal sebagai perusahaan manufaktur, yang dimulai dengan membeli bahan baku, melanjutkan proses produksi, dan akhirnya menghasilkan barang jadi yang siap untuk dijual. Pada November 2020, sekitar 713 perusahaan mencatatkan sahamnya di pasar modal, menurut catatan Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengusaha Indonesia akan lebih bersaing dengan lebih banyak perusahaan yang mencatatkan saham Anisa *et al.*, (2021). Untuk bertahan dan berkembang dalam situasi yang tidak stabil, perusahaan harus menghadapi dan mengantisipasi kondisi dengan cara yang paling efektif untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dan menjaga kemakmuran para pekerjanya, menggunakan sumber daya yang ada pada perusahaan, menurut Novari & Lestari (2016).

Perusahaan *go public* memilih untuk memaksimalkan nilai perusahaan untuk menarik investor Suwardika & Mustanda (2017). Harga saham dapat menunjukkan nilai perusahaan, dan kenaikan harga saham mencerminkan tingkat kemakmuran pemangku kepentingan melalui dividen yang diterima. Peningkatan nilai perusahaan juga merupakan evaluasi yang baik terhadap kinerja dan harapan perusahaan Putra & Lestari (2016).

Menurut Yani & Stiawan (2022) ketika pandemi Covid-19 muncul, semua orang di dunia mengalaminya. Banyak perusahaan runtuh selama Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Meskipun banyak perusahaan tidak dapat bertahan di bawah kondisi saat ini, namun ada beberapa perusahaan yang bertahan di sektor makanan dan minuman. Indofood Sukses Makmur juga cukup baik karena, meskipun pandemi ini melanda, pendapatan perusahaannya meningkat, yang

membantu perusahaan Indofood memproduksi kebutuhan dasar yang dibutuhkan Faaza (2021).

Penjualan netto sebesar Indofood melonjak 2% dibandingkan semester I-2019 pada semester I-2020, menjadi Rp39,38 triliun. Namun, dari angka penjualan itu, perlu dicatat bahwa penjualan domestik hampir tidak berubah. Kinerja yang positif mendorong kenaikan harga saham Indofood. Setelah beberapa waktu, harga saham kembali melonjak setelah pandemi. Harga saham Indofood bertengger di 7.975 pada awal 2020. Harga saham Indofood jatuh ke titik terendahnya pada 24 Maret, menjadi Rp5.050 atau berarti anjlok 36%. Penurunan harga saham Indofood itu sejalan dengan penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Setelah mencapai titik terendah pada 24 Maret, saham Indofood dan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sama-sama membaik. Per 3 Agustus, harga saham Indofood sudah membaik di posisi Rp6.475 atau naik 28% dibandingkan titik terendah pada 24 Maret (Yani & Stiawan, 2022). Sementara Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) kini sudah pulih ke level 5.006,223, atau naik 27% dibandingkan titik terendahnya (Pramisti, 2020).

Oleh karena itu, banyak investor memilih untuk berinvestasi dalam industri makanan dan minuman sebagai tujuan investasi mereka. Sebelum melakukan investasi, investor biasanya melakukan uji tuntas terhadap bisnis tersebut. Akibatnya, perusahaan akan terus berusaha meningkatkan nilai bisnisnya (Welly *et al.*, 2019).

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan adalah

kinerja perusahaan, yang ditunjukkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan tercermin pada harga saham yang stabil (Ayem & Tia, 2019).

Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya ialah kebijakan hutang, perencanaan pajak, dan profitabilitas. Faktor pertama dalam penelitian ini yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kebijakan hutang. Kebijakan hutang merupakan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan sumber pendanaan perusahaan yang berasal dari eksternal. Untuk memenuhi kebutuhan perusahaan, salah satu komponen penting adalah hutang terselubung. Dalam hal penggunaan hutang, perusahaan sangat sensitif terhadap tinggi atau rendahnya hutang. Dengan proporsi hutang yang lebih tinggi, harga saham perusahaan meningkat, dan nilai perusahaan meningkat seiring dengannya (Imawan & Triyonowati, 2021).

Jika perusahaan memiliki hutang yang besar dalam proporsi hutang yang dibayarkan, mereka dapat dianggap memiliki risiko. Namun, jika mereka menggunakan hutang yang sedikit atau tidak sama sekali, mereka tidak dapat memaksimalkan pengeluaran modal tambahan yang berasal dari eksternal untuk meningkatkan operasinya (Mamduh, 2004:40).

Faktor kedua dalam penelitian ini yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu perencanaan pajak. Perencanaan pajak adalah langkah awal dalam manajemen pajak dimana dalam tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan, dengan maksud dapat diseleksi jenis tindakan penghematan

pajak yang dilakukan. Suandy (2011). Perencanaan pajak yang baik dapat meminimalisir beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan.

Dalam proses pengelolaan pajak, dilakukan upaya sistematis untuk mengurangi beban pajak seminimal mungkin. Ini dilakukan dengan menganalisis aturan pajak untuk mengidentifikasi elemen yang dapat meningkatkan keuntungan perusahaan pajak. Hal ini meningkatkan nilai bisnis (Muslim & Junaidi, 2020).

Faktor ketiga dalam penelitian ini yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas. Menurut Astuti (2004) profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas dihitung dengan proksi Return on Equity (ROE), yang merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan laba kepada para pemegang saham atas modal yang telah ditanamkan oleh pemegang saham lainnya. Baik investor maupun pemilik perusahaan mendapat manfaat besar dari ROE.

Dari hasil yang telah diuraikan di atas Kebijakan Hutang, Perencanaan Pajak, dan Profitabilitas terjadi perbedaan dari hasil penelitian sebelumnya di antaranya menurut Dewi & Suryono (2019) kebijakan hutang negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. kemudian Ayem & Tia (2019) dan Romadhina & Andhityara (2021) perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Ali *et al* (2021), Nopianti & Suparno (2021), Susanti (2019), Anisa *et al* (2022), Ramdhonnah *et al* (2019), Dewantari *et al* (2019) dan Welly *et al* (2019) profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Nafiah dan Sopi (2020) dan pakekong *et al* (2019) kebijakan hutang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sumual dan kewo (2021) dan Muslim & Junaidi menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Habibah dan Margie (2021) perencanaan pajak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditemukan (Marcella, 2018) menyatakan perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian Ambarwati & Vitaningrum (2021), Indriyani (2017) dan Muslim & Junaidi (2020) membuktikan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Saputro dan andayani (2021) kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Imawan dan triyonowati (2021) kebijakan hutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. kemudian Aini *et al* (2019) dan Indriany (2021) perencanaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian Yani dan Stiawan (2022) perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Muhammad (2020) kebijakan hutang mempengaruhi nilai perusahaan, dengan arah pengaruh negatif. Kemudian Marcella (2018) dan Lidya & Efendi (2019) menyatakan perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian Putu & Mertha (2017) Profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena, penelitian terdahulu maka disusun judul penelitian sebagai berikut **“Pengaruh Kebijakan Hutang, Perencanaan Pajak, dan**

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 ?
2. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 ?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1.4.1.1 Manfaat Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis mengenai pengaruh kebijakan hutang, perencanaan pajak, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

1.4.1.2 Manfaat Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi bagi pembaca terkait kebijakan hutang, perencanaan pajak, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 dan sebagai acuan bagi peneliti berikutnya yang tertarik pada penelitian ini.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Manfaat Bagi Investor

Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk para investor yang akan berinvestasi mengenai perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi.

operasional variabel dan skala pengukurannya, dan metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian ini, keterbatasan penelitian ini dan saran penelitian.

