

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Persaingan globalisasi dalam dunia bisnis saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini dilihat dari pesatnya perkembangan informasi dan teknologi sehingga mendorong perusahaan untuk terus berkembang. Berbagai sektor perusahaan saling bersaing untuk mengembangkan strategi-strategi terbaik yang dimiliki perusahaan. Perusahaan pasti memiliki tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan yaitu mensejahterakan pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang dapat dicapai karena adanya kepercayaan publik terhadap perusahaan sehingga perusahaan dapat mempertahankan kontinuitasnya. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi. Nilai perusahaan yang meningkat menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga meningkat. Dalam hal meningkatkan nilai perusahaan, diperlukan juga peningkatan kinerja perusahaan karena semakin meningkat kinerja perusahaan maka laba perusahaan juga akan meningkat.

Berikut ini terdapat fenomena mengenai nilai perusahaan yang terjadi pada beberapa perusahaan:

**Tabel 1.1 Fenomena Mengenai Nilai Perusahaan**

No.	Nama Perusahaan	Fenomena
1.	PT Astra International Tbk (ASII)	Pada tahun 2017, laba bersih PT Astra International Tbk mengalami kenaikan sebesar 24,57% ke Rp 18,88 triliun tetapi memiliki nilai buku per saham atau <i>Price to Book Value</i> yang masih murah yaitu 2,38 kali, lebih rendah dibanding PBV industri yang telah mencapai 2,74 kali. Kenaikan laba bersih tidak membuat harga saham dan PBV ASII meningkat [1].

**Tabel 1.1 Sambungan**

No.	Nama Perusahaan	Fenomena
2.	PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	Pada tahun 2017, PT Unilever Indonesia Tbk mengalami ketidak setaraan antara harga saham yang dilihat dari <i>Price to Book Value</i> (PBV) dengan laba bersihnya. Harga saham meningkat sebesar 27% dengan <i>Price to Book Value</i> (PBV) sebesar 79,6 kali tetapi laba bersih hanya mengalami sedikit peningkatan dari Rp 5,9 triliun di tahun 2016 menjadi Rp 7,1 triliun di tahun 2017 [2].
3.	PT Wijaya Karya Tbk (WIKA)	Pada tahun 2018, PT Wijaya Karya mengalami posisi <i>Price to Book Value</i> (PBV) terendah di level 4,8x untuk 12 bulan ke depan dikarenakan adanya pembengkakan kas operasional WIKA hingga akhir September 2018 minus Rp 3,71 triliun, membengkak dari periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 2,69 triliun [3].
4.	PT Smartfren Telecom Tbk (FREN)	Pada tahun 2019, PT Smartfren Telecom Tbk mengalami peningkatan <i>Price to Book Value</i> (PBV) secara drastis yaitu 7,6 kali dikarenakan harga saham FREN naik secara drastis sehingga menyebabkan saham FREN mahal dan menjadi tidak normal yaitu 196,23% ke posisi Rp 314 [4].

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa perusahaan-perusahaan tersebut mengalami peningkatan dan penurunan *Price to Book Value* (PBV) atau nilai buku per saham suatu perusahaan sehingga menyebabkan terjadinya peningkatan dan penurunan harga saham terhadap nilai bukunya yang dampaknya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Tetapi, terdapat juga perusahaan yang meskipun perusahaan mengalami peningkatan harga saham yang dilihat dari *Price to Book Value* (PBV) tetapi tidak diikuti dengan banyaknya peningkatan terhadap laba bersih ataupun sebaliknya, perusahaan mengalami peningkatan laba bersih tetapi tidak diikuti dengan peningkatan harga saham dan nilai perusahaannya. Perbedaan fenomena inilah yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai nilai perusahaan yang dilihat dari *Price to Book Value* (PBV) suatu perusahaan.

Perusahaan selalu menganggap biaya pajak sebagai aspek terbesar berkurangnya laba perusahaan sehingga perusahaan melakukan berbagai cara untuk dapat memaksimalkan laba. Cara yang dilakukan perusahaan adalah melakukan tindakan agresivitas pajak yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan dan nilai perusahaan juga semakin meningkat. Tetapi, apabila perusahaan melakukan agresivitas pajak secara

berlebihan maka dapat menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa agresivitas pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan [5]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [6].

Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, profitabilitas, kepemilikan institusional, komisaris independen dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Faktor pertama yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar akan cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan tindakan agresivitas pajak agar tidak tersorot oleh fiskus karena melanggar peraturan perpajakan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak [7]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak [8]. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan dan semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [9]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [10]. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat menentukan seberapa besar tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar akan meminimalkan adanya tindakan agresivitas pajak perusahaan karena perusahaan berukuran besar biasanya telah memiliki nama baik yang dikenal oleh masyarakat sehingga apabila perusahaan berukuran besar melakukan agresivitas pajak secara berlebihan maka akan berdampak terhadap penurunan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin besarnya ukuran perusahaan maka akan meminimalkan adanya tindakan agresivitas pajak sehingga akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu *leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER). Hutang yang dimiliki perusahaan sering digunakan untuk mengurangi beban pajak yang akan dibayar, sehingga semakin meningkat *leverage* akan meningkatkan tindakan agresivitas pajak. Hasil

penelitian terdahulu menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak [11]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak [12]. Apabila perusahaan dapat melakukan pengelolaan hutang dengan baik maka akan memberikan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [13]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [9]. Perusahaan yang memiliki peningkatan pada *leverage* berarti memiliki hutang yang lebih banyak dibanding ekuitasnya sehingga membuat perusahaan sulit untuk menanggung beban hutang seperti beban pokok maupun bunga. Kesulitan menanggung beban hutang inilah yang mampu menggiring perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga akan berdampak terhadap penurunan nilai perusahaan. Tetapi, apabila perusahaan mampu mengelola tingkat hutang dengan baik maka akan meminimalkan terjadinya tindakan agresivitas pajak sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin meningkat *leverage* perusahaan maka akan meningkatkan perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Assets (ROA)*. Semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi juga beban pajak yang harus ditanggung perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak [11]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak [8]. Apabila profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka perusahaan memiliki kemampuan yang besar untuk membayar dividen kepada para investor. Manajemen perusahaan akan berupaya meningkatkan nilai perusahaan dengan memperhatikan kesejahteraan dari pemegang saham dan para pemilik perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [9]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [14]. Perusahaan yang mengalami

peningkatan pada profitabilitas maka akan menyebabkan pajak yang dibayar perusahaan juga akan meningkat. Hal inilah yang mampu membuat perusahaan untuk melakukan tindakan agresivitas pajak yang akan berdampak pada peningkatan ataupun penurunan nilai perusahaan. Apabila agresivitas pajak yang dilakukan masih wajar maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi, apabila agresivitas pajak yang dilakukan secara berlebihan maka akan menurunkan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin meningkat profitabilitas perusahaan maka akan memungkinkan perusahaan melakukan tindakan agresivitas pajak sehingga akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu kepemilikan institusional. Pengawasan aktif dari pihak investor institusional menyebabkan adanya tekanan pada perusahaan agar berfokus pada laba yang tinggi. Besar kecilnya konsentrasi kepemilikan institusional akan mempengaruhi kebijakan agresivitas pajak suatu perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak [15]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak [16]. Apabila para investor memiliki kepemilikan institusional dalam perusahaan maka akan meningkatkan kemampuan pengawasan terhadap perilaku manajemen dan menuntut manajer untuk meningkatkan kinerjanya sehingga nilai perusahaan dan kemakmuran bagi pemegang saham juga akan meningkat. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [17]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [18]. Adanya pengawasan aktif dari investor institusional maka akan meminimalkan terjadinya tindakan agresivitas pajak dan kinerja perusahaan juga dapat terawasi dengan baik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin besarnya kepemilikan institusional maka akan mengurangi tingkat agresivitas pajak perusahaan sehingga akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu komisaris independen. Keberadaan komisaris independen yang memadai diharapkan dapat meminimalisir kecurangan dalam pelaporan perpajakan. Hasil penelitian terdahulu

menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak [15]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak [7]. Keberadaan komisaris independen yaitu melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada dewan direksi secara efektif dan dapat memicu agar manajemen bekerja lebih baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [19]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [10]. Keberadaan komisaris independen dalam suatu perusahaan diharapkan dapat meminimalkan terjadinya tindakan agresivitas pajak dengan cara melakukan pengawasan terhadap pihak perusahaan sehingga kinerja perusahaan terawasi dengan baik dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin besar jumlah komisaris independen dalam perusahaan maka akan meminimalisir terjadinya agresivitas pajak sehingga akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Faktor keenam yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan sudah seharusnya melakukan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan dalam laporan tahunan untuk mendapatkan kepercayaan dari publik. Perusahaan yang bertanggung jawab sosial akan semakin tidak agresif dalam pajak. Suatu perusahaan terlibat atau tidak dalam melakukan agresivitas pajak dapat terlihat dari pengungkapan CSR yang dilakukan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak [20]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak [7]. Dengan adanya pengungkapan CSR, maka dapat meningkatkan citra baik dan daya tarik perusahaan kepada investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan [21]. Namun, ada juga peneliti lain yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan [22]. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR akan meminimalkan terjadinya tindakan agresivitas pajak karena perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial akan semakin tidak agresif dalam pajak dan

perusahaan yang telah melakukan pengungkapan CSR pasti memiliki citra baik dalam masyarakat sehingga apabila perusahaan melakukan agresivitas pajak maka akan menurunkan nilai perusahaan. Dengan demikian, semakin meningkat pengungkapan CSR perusahaan maka akan menurunkan agresivitas pajak dan hal tersebut berdampak terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu maka pada penelitian ini peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Agresivitas Pajak sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2018”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018?
4. Apakah Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018?
5. Apakah Komisaris Independen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018?

6. Apakah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018?

### 1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Variabel endogen yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV).
- b. Variabel eksogen yang digunakan terdapat 6 variabel yaitu:
  1. Ukuran Perusahaan
  2. *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).
  3. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA)
  4. Kepemilikan Institusional
  5. Komisaris Independen
  6. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
- c. Variabel mediasi yaitu Agresivitas Pajak yang diproksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR).
- d. Objek pengamatan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- e. Periode pengamatan penelitian adalah periode 2017-2018.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018.



3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan melalui Agresivitas Pajak pada Perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2018.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi beberapa pihak yaitu:

#### 1. Bagi Manajemen Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat agar pihak manajemen perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

#### 2. Bagi Pihak Investor

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam informasi mengenai kondisi suatu perusahaan berupa nilai perusahaan dan sebagai tambahan informasi untuk memilih perusahaan yang akan diinvestasikan.

#### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian-penelitian berikutnya yang menggunakan variabel nilai perusahaan sebagai topik penelitian serta dapat menambahkan informasi dan wawasan pengetahuan tentang nilai perusahaan.

## 1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan *Real Estate*” [9]. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah :

### 1. Variabel Eksogen

Penelitian terdahulu menggunakan variabel eksogen Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas, sedangkan pada penelitian ini menambahkan variabel Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Adapun alasan penambahan variabel adalah sebagai berikut:

#### a. Kepemilikan Institusional

Dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti investor institusional akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan dapat meningkatkan nilai perusahaan [18].

#### b. Komisaris Independen

Dengan adanya komisaris independen, maka akan dapat mengurangi konflik agensi dalam perusahaan sehingga dapat lebih berfokus dalam meningkatkan nilai perusahaan [10].

#### c. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan [21].

### 2. Variabel Mediasi

Penelitian ini menambahkan variabel mediasi yaitu Agresivitas Pajak. Alasan peneliti menambahkan Agresivitas Pajak sebagai variabel mediasi karena tindakan agresivitas pajak dapat meningkatkan ataupun menurunkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat meningkat apabila agresivitas pajak dipandang sebagai upaya dalam melakukan perencanaan pajak dan efisiensi pajak. Nilai perusahaan tersebut dapat menurun jika dipandang sebagai ketidakpatuhan karena tindakan tersebut dapat meningkatkan risiko sehingga nilai perusahaan akan menurun [5].

### 3. Objek Pengamatan

Penelitian terdahulu melakukan objek pengamatan pada perusahaan Sektor Properti dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian ini melakukan objek pengamatan pada perusahaan Non Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 4. Periode Pengamatan

Periode pengamatan penelitian terdahulu yaitu periode 2012-2014, sedangkan pada penelitian ini periode pengamatan yaitu periode 2017-2018.

