

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Salah satu tujuan yang ingin dicapai dalam pendirian suatu perusahaan adalah menciptakan peningkatan kesejahteraan bagi pemegang saham. Pencapaian tujuan tersebut dapat tercermin dari kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan penilaian yang diberikan oleh pasar terhadap kondisi, kinerja, serta prospek perusahaan pada periode mendatang. Tingkat nilai perusahaan yang semakin tinggi dapat menunjukkan adanya keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan memiliki hubungan yang erat dengan harga saham, mengingat pergerakan harga saham dapat mencerminkan bagaimana pasar memberikan penilaian terhadap kinerja dan prospek perusahaan.

Dalam beberapa tahun terakhir, kondisi perekonomian Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi kinerja perusahaan, termasuk perusahaan pada sektor barang konsumsi primer. Sektor barang konsumsi primer mencakup industri yang memproduksi kebutuhan sehari-hari yang diandalkan masyarakat, termasuk makanan, minuman, produk rumah tangga, dan kebutuhan pokok lainnya. Sektor ini memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional karena didukung oleh tingginya jumlah penduduk Indonesia serta tingkat konsumsi masyarakat yang relatif stabil. Industri makanan dan minuman bahkan masih menjadi salah satu

penyumbang utama pertumbuhan industri pengolahan nasional dan berperan penting dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia.

Sektor barang konsumsi primer memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan sektor lainnya karena produknya merupakan kebutuhan dasar masyarakat yang cenderung tetap dibutuhkan dalam berbagai kondisi ekonomi. Meskipun demikian, keberlangsungan kinerja perusahaan pada sektor ini tidak sepenuhnya terlepas dari perubahan kondisi makroekonomi. Sepanjang periode 2021–2024 perusahaan sektor barang konsumsi primer menghadapi berbagai tantangan, seperti meningkatnya biaya produksi, tekanan inflasi, perubahan perilaku konsumen, serta pelemahan daya beli masyarakat pada beberapa kelompok pendapatan. Fenomena tersebut menyebabkan investor semakin selektif dalam menilai perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan dan tata kelola yang baik. Analisis ekonomi menunjukkan adanya kecenderungan konsumen melakukan *downtrading*, yaitu beralih pada produk yang lebih murah dan mengurangi nilai rata-rata belanja meskipun frekuensi kunjungan ke pusat perbelanjaan meningkat. Situasi ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu mengalokasikan dan memanfaatkan sumber daya mereka secara lebih efektif untuk mempertahankan kinerja operasional maupun nilai perusahaan secara keseluruhan.

Selain menghadapi berbagai tantangan operasional, perusahaan sektor barang konsumsi primer juga mengalami fluktuasi nilai perusahaan yang tercermin dari pergerakan harga saham dan juga rasio *Price to Book Value* (PBV). Meskipun sektor ini dikenal sebagai sektor yang relatif defensif karena menghasilkan kebutuhan pokok masyarakat, tidak seluruh perusahaan mampu mempertahankan

nilai perusahaan yang tinggi selama periode 2021–2024. Beberapa emiten mengalami peningkatan nilai perusahaan seiring membaiknya kinerja keuangan pascapandemi, sedangkan emiten lainnya mengalami penurunan akibat meningkatnya biaya produksi, tekanan inflasi, pelemahan daya beli masyarakat, serta ketidakpastian ekonomi global. Hal ini menunjukkan bahwa dalam mengambil keputusan investasi, investor tidak hanya melihat profitabilitas perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan seberapa efektif perusahaan dikelola, pendekatan strategi perpajakannya, serta kekuatannya tata kelola perusahaannya.

**Tabel 1.1 Perkembangan Price to Book Value pada Beberapa Perusahaan Sektor Konsumsi Barang Primer Tahun 2021 hingga 2024**

| Perusahaan | PBV 2021 | PBV 2022 | PBV 2023 | PBV 2024 |
|------------|----------|----------|----------|----------|
| UNVR       | 33.99    | 43.14    | 30.13    | 25.56    |
| ICBP       | 1.60     | 2.00     | 2.18     | 1.69     |
| MYOR       | 3.37     | 4.55     | 3.58     | 2.81     |
| AMRT       | 12.91    | 10.57    | 7.75     | 4.27     |
| INDF       | 0.59     | 0.60     | 0.56     | 0.58     |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa nilai PBV pada beberapa perusahaan sektor barang konsumsi primer tahun 2021 hingga 2024 mengalami fluktuasi. PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) memiliki nilai PBV yang sangat tinggi jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya, yaitu sebesar 33,99 pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 43,14 pada tahun 2022. Namun, pada tahun 2023 dan 2024 nilai PBV mengalami penurunan menjadi 30,13 dan 25,56. Meskipun mengalami penurunan, nilai PBV tersebut masih menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian yang tinggi terhadap perusahaan.

Sementara itu, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. (ICBP) menunjukkan tren yang relatif stabil dengan PBV sebesar 1,60 pada periode tahun 2021, meningkat menjadi 2,00 pada periode tahun 2022 dan 2,18 pada periode tahun 2023, kemudian menurun menjadi 1,69 pada periode tahun 2024. Kondisi ini mengindikasikan bahwa persepsi investor terhadap nilai perusahaan mengalami perubahan seiring dengan perkembangan kinerja perusahaan.

Fenomena yang serupa juga terlihat pada PT Mayora Indah Tbk. (MYOR). Nilai PBV perusahaan meningkat dari 3,37 pada tahun 2021 menjadi 4,55 pada tahun 2022, namun mengalami penurunan nilai menjadi 3,58 pada tahun 2023 dan 2,81 pada tahun 2024. Penurunan tersebut menunjukkan adanya perubahan penilaian investor terhadap prospek perusahaan meskipun perusahaan masih memiliki nilai PBV di atas satu.

Berbeda dengan perusahaan sebelumnya, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (AMRT) mengalami tren penurunan PBV secara berturut-turut, yaitu dari 12,91 pada tahun 2021 menjadi 10,57 pada tahun 2022, kemudian turun menjadi 7,75 pada tahun 2023 dan 4,27 pada tahun 2024. Penurunan yang cukup signifikan ini menunjukkan bahwa apresiasi pasar terhadap perusahaan cenderung melemah selama periode penelitian.

Di sisi lain, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) memiliki nilai PBV yang relatif rendah, yaitu 0,59 pada periode tahun 2021, 0,60 pada periode tahun 2022, 0,56 pada periode tahun 2023, dan 0,58 pada periode tahun 2024. Nilai PBV yang berada di bawah satu mengindikasikan bahwa harga pasar saham perusahaan lebih rendah dibandingkan nilai buku per sahamnya. Hal ini dapat menunjukkan

bahwa investor masih bersikap hati-hati terhadap prospek masa depan perusahaan, atau menilai perusahaan belum memberikan nilai yang optimal bagi para pemegang sahamnya.

Secara keseluruhan, data tersebut mengindikasikan bahwa nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi primer berfluktuasi sepanjang periode 2021-2024. Baik berupa peningkatan maupun penurunan pada masing-masing perusahaan. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa penilaian investor terhadap perusahaan tidak selalu sama dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, faktor internal maupun eksternal perusahaan.

PBV juga menjadi proksi nilai perusahaan yang tepat karena secara langsung mencerminkan persepsi pasar terhadap perusahaan. Investor cenderung memberikan nilai yang lebih tinggi kepada perusahaan dengan prospek pertumbuhan yang menjanjikan, kinerja keuangan yang konsisten, serta praktik tata kelola yang baik. Akibatnya, peningkatan nilai perusahaan tidak hanya bersumber dari profitabilitas, tetapi juga dari berbagai faktor lain yang memperkuat keyakinan investor terhadap keberlangsungan bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

Di sisi lain, perkembangan pasar modal Indonesia menunjukkan bahwa investor semakin memperhatikan faktor-faktor non-keuangan dalam pengambilan keputusan investasi. Investor tidak hanya berfokus pada tingkat keuntungan yang dihasilkan perusahaan, tetapi juga memperhatikan kualitas tata kelola perusahaan, kepatuhan terhadap regulasi, transparansi informasi, serta kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko. Perubahan orientasi investor tersebut menyebabkan perusahaan perlu menunjukkan kinerja yang berkelanjutan melalui penerapan

strategi bisnis yang efektif dan tata kelola perusahaan yang baik agar dapat mempertahankan kepercayaan pasar.

Salah satu strategi yang banyak dilakukan Perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya adalah perencanaan pajak (*tax planning*). Suandy (2016) menerangkan bahwa perencanaan pajak merupakan langkah awal dalam manajemen pajak yang bertujuan untuk memenuhi kewajiban perpajakan secara benar sekaligus meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Perencanaan pajak yang efektif dapat meningkatkan efisiensi perusahaan karena mampu mengurangi pengeluaran yang berkaitan dengan pajak sehingga laba setelah pajak menjadi lebih besar. Peningkatan laba tersebut dapat memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan mampu mengelola sumber daya secara optimal.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia terus meningkatkan upaya optimalisasi penerimaan pajak melalui penguatan sistem administrasi perpajakan dan pengawasan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasarkan data Kementerian Keuangan, realisasi penerimaan pajak nasional menunjukkan tren peningkatan, yaitu sebesar Rp1.277,5 triliun pada tahun 2021, meningkat menjadi Rp1.716,8 triliun pada tahun 2022, dan kembali meningkat menjadi Rp1.869,2 triliun pada tahun 2023. Capaian tersebut bahkan melampaui target APBN selama tiga tahun berturut-turut. Peningkatan penerimaan pajak tersebut mencerminkan semakin efektifnya pengawasan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terhadap kepatuhan perpajakan wajib pajak, termasuk perusahaan. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk menerapkan strategi perencanaan pajak secara lebih cermat agar

dapat mengoptimalkan efisiensi beban pajak tanpa melanggar ketentuan perpajakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hendra dan Erinoss (2020) pada perusahaan sektor *consumer goods* menunjukkan bahwa perencanaan pajak memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian lain menemukan bahwa perencanaan pajak dapat meningkatkan nilai perusahaan karena mampu meningkatkan efisiensi perusahaan dan laba yang tersedia bagi pemegang saham.

Meskipun demikian, perencanaan pajak dapat dipersepsikan secara berbeda oleh investor. Sebagian investor memandang efisiensi pajak sebagai tanda bahwa manajemen mampu mengoptimalkan sumber daya perusahaan dengan baik. Namun, sebagian lainnya menganggap praktik perencanaan pajak yang terlalu agresif dapat meningkatkan eksposur risiko hukum dan reputasi perusahaan. Akibatnya, temuan mengenai hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan cenderung bervariasi antar penelitian.

Selain strategi perpajakan, penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) juga menjadi perhatian utama investor dalam menilai kualitas suatu perusahaan. Salah satu indikator penerapan GCG adalah kepatuhan perusahaan terhadap prinsip transparansi melalui penyampaian laporan keuangan secara tepat waktu. Namun, pada praktiknya masih terdapat banyak perusahaan tercatat yang belum memenuhi kewajiban tersebut. Berdasarkan pengumuman Bursa Efek Indonesia (BEI), sebanyak 143 perusahaan tercatat belum menyampaikan laporan keuangan auditan tahun buku 2022 tepat waktu sehingga dikenai Peringatan Tertulis I. Pada tahun berikutnya, masih terdapat 129 perusahaan tercatat yang belum menyampaikan

laporan keuangan auditan tahun buku 2023 sesuai batas waktu yang ditentukan. Bahkan hingga tahap lanjutan, 77 emiten masih dikenai Peringatan Tertulis II dan denda sebesar Rp50 juta karena tetap belum memenuhi kewajiban penyampaian laporan keuangan. Selain itu, pada November 2024 BEI kembali mengumumkan bahwa 123 perusahaan tercatat belum menyampaikan laporan keuangan interim periode 30 September 2024, di mana 87 perusahaan dikenai Peringatan Tertulis I akibat keterlambatan tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan prinsip transparansi dan akuntabilitas sebagai bagian dari *Good Corporate Governance* belum sepenuhnya optimal pada perusahaan publik di Indonesia.

Teori keagenan menunjukkan bahwa konflik antara pemegang saham dan manajemen dapat dikurangi melalui mekanisme pengawasan yang efektif. *Good Corporate Governance* berfungsi sebagai instrumen pengendalian yang membantu memastikan manajemen menjalankan perusahaan sesuai dengan kepentingan pemegang saham. Dengan menerapkan tata kelola yang baik, perusahaan dapat meningkatkan transparansi informasi, menurunkan risiko penyalahgunaan wewenang, dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Pada akhirnya, hal ini dapat memperkuat kepercayaan investor dan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, *Good Corporate Governance* diukur melalui empat proksi, yaitu komisar independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial. Keempat mekanisme ini dipilih karena dianggap mampu mencerminkan efektivitas pengawasan terhadap manajemen perusahaan.

Meskipun banyak penelitian telah mengkaji mengenai pengaruh perencanaan pajak dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan, temuan yang diperoleh masih beragam. Penelitian terdahulu mengenai hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan, khususnya, masih menunjukkan inkonsistensi. Sebagian penelitian melaporkan pengaruh positif, dengan argumen bahwa perencanaan pajak meningkatkan efisiensi beban pajak dan mendorong laba setelah pajak. Sebagian lainnya menemukan tidak adanya pengaruh signifikan, atau bahkan pengaruh negatif yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak dapat menimbulkan risiko tambahan bagi perusahaan.

Penelitian Cahyani *et al.* (2023) menjelaskan perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena mampu meningkatkan efisiensi perusahaan. Namun, pada penelitian Hendra dan Erinos (2020) serta Zahra dan Fidiana (2022) menunjukkan bahwa perencanaan pajak justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Martinus dan Riduwan (2022) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial dan komisaris independen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak semua mekanisme *Good Corporate Governance* secara efektif berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Di sisi lain, penelitian Zahra dan Fidiana (2022) memperoleh temuan yang berbeda. Penelitian mereka menemukan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan

terhadap nilai perusahaan, sedangkan komite audit terbukti berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain inkonsistensi hasil penelitian, masih terdapat perbedaan objek penelitian yang digunakan oleh penelitian-penelitian terdahulu. Meskipun penelitian terdahulu banyak berfokus pada perusahaan manufaktur, *food and beverage* dan energi, masih terdapat celah penelitian pada perusahaan sektor barang konsumsi primer selama periode 2021-2024. Padahal, sektor barang konsumsi primer memiliki karakteristik yang berbeda karena menghasilkan kebutuhan pokok masyarakat dan mengalami berbagai dinamika ekonomi pascapandemi, seperti tekanan inflasi, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta peningkatan tuntutan investor terhadap transparansi dan tata kelola perusahaan.

Oleh karena itu, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Perencanaan Pajak, dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan.”** Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dengan berfokus pada perusahaan sektor barang konsumsi primer selama periode 2021-2024 dan dengan menguji secara simultan pengaruh pajak serta empat mekanisme *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 2) Apakah komisaris independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 3) Apakah komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

- 4) Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 5) Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan berikut:

- 1) Menganalisis pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan.
- 2) Menganalisis pengaruh komisaris independen terhadap nilai Perusahaan
- 3) Menganalisis pengaruh komite audit terhadap nilai Perusahaan
- 4) Menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai Perusahaan
- 5) Menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai Perusahaan

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

#### 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi keuangan, perpajakan, dan tata kelola perusahaan, sekaligus memperkaya literatur yang ada dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai pengaruh perencanaan pajak dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat mendukung atau mengembangkan teori keagenan (*Agency Theory*) dan teori sinyal (*Signaling Theory*) yang menjelaskan hubungan antara manajemen, pemegang saham, serta informasi yang disampaikan perusahaan kepada investor.

#### 2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang dapat diperoleh yaitu:

a) Bagi Perusahaan

Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan terkait perencanaan pajak, dan penerapan *Good Corporate Governance*. Dengan memahami bagaimana kedua variable tersebut memengaruhi nilai perusahaan, manajemen dapat menyusun strategi yang lebih efektif guna meningkatkan kinerja perusahaan dan memperkuat kepercayaan investor.

b) Bagi Investor

Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan kepada investor mengenai faktor-faktor yang mendorong nilai perusahaan. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan yang berguna dalam pengamilan keputusan investasi, sehingga investor dapat lebih cermat dalam menilai kondisi dan prospek perusahaan.

c) Bagi Regulator

Penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi regulator, seperti Otoritas Jasa Keuangan dan Bursa Efek Indonesia, dalam menyusun kebijakan yang berkaitan dengan transparansi laporan keuangan, tata kelola perusahaan, dan perlindungan investor guna menciptakan pasar modal yang sehat dan berkelanjutan.

d) Bagi Akademisi

Penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dan juga bahan kajian bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih

lanjut mengenai perencanaan pajak, *Good Corporate Governance*, dan nilai perusahaan.

