

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam persaingan bisnis pada era saat ini semakin sengit, hal ini menjadi pemicu manajemen dalam memberikan serta menunjukkan nilai terbaik dari perusahaan yang kita kelola. Bagus tidaknya manajemen dalam mengelola perusahaan akan memberikan dampak pada investor dalam membuat keputusan untuk menarik atau menanamkan modalnya. Di dirikannya suatu perusahaan sendiri harus memiliki tujuan yang jelas, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjangnya. Menurut *theory of the firm* tujuan bisnis adalah untuk meningkatkan nilai atau nilai bisnis (Anisyah & Purwohandoko, 2017) Ketertarikan dan kepercayaan pemodal untuk investasi pada sebuah perusahaan meningkat seiring dengan meningkatnya nilai perusahaan. Nantinya banyak investor yang yakin prospek masa depannya dan tertarik untuk melakukan investasi di dalamnya.. Hal ini menunjukkan kepada perusahaan pesaing bahwa bisnis beroperasi dengan efisien dan memiliki masa depan yang cerah.

Nilai perusahaan seringkali bergantung pada harga saham. Ketika nilai perusahaan tinggi, investor berani membeli saham dengan harga tinggi, dan tidak hanya itu, perusahaan juga dapat berhasil dengan pemegang saham ketika harga perusahaan meningkat (Susanti & Widyawati, 2016). Pemodal mengamati fluktuasi harga saham pada capital market sebagai acuan. Namun, dalam kenyataannya, para penanam modal sering mengalami kebingungan dalam mengambil langkah saat

harus mengestimasi nilai perusahaan. (Mardiyaningsih & Kamil, 2020). (Rahmawati et al., 2020) Nilai perusahaan dikalkulasi dengan menerapkan indeks *Price to book value (PBV)* dengan mengkompromikan harga jual saham dengan nilai buku .

Menurut pergerakan cepat harga penutupan saham perusahaan yang tercatat pada BEI yang bersumber dari <https://www.idx.co.id/id>. dalam rentang 7 tahun terakhir . Dalam kurun waktu tersebut, tersebut harga penutupan saham mengalami perubahan nilai. Dimana kenaikan harga saham tertinggi ada pada tahun 2022 dengan jumlah sebesar 7.006,78 per lembar saham, sedangkan rata-rata harga saham terendah terdapat pada tahun 2016 sebesar 5.059,89 per lembar saham.

Nilai perusahaan merujuk pada evaluasi yang diberikan oleh penanam modal terhadap perusahaan, yang seringkali terkait dengan harga saham. Tingginya nilai perusahaan menjadi tujuan yang diinginkan owner perusahaan, karena value yang tinggi meresprentasikan tingkat kemakmuran yang tinggi bagi para stake holder (Hemastuti & Hermanto, 2014).

Nilai perusahaan merupakan tujuan yang dipertimbangkan sebagai pacuan dalam manajerial keuangan. (Husnan & Pudjiastuti, 2010). Interpretasi nilai perusahaan mencitrakan persepsi investor tentang smapai seberapa berhasilnya perusahaan, dan berhubungan secara kuat dengan nilai pasar saham pada perusahaan tersebut.. (Soebiantoro, 2007). Peningkatan nilai perusahaan adalah sebuah pencapaian yang diinginkan oleh pemilik perusahaan , karena hal ini akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan mereka.

Nilai perusahaan adalah total nilai pasar dari ekuitas perusahaan dan nilai pasar hutangnya . Dalam hal ini, nilai perusahaan dapat direpresentasikan oleh

penjumlahan ekuitas perusahaan dan hutang perusahaan yang diperdagangkan di pasar. (Kusumajaya, 2011). Bagi para pengusaha, mereka melakukan kontrak dengan pekerja, pemilik modal, tanah, dan sumber daya lainnya dalam setiap tahap produksi dan distribusi yang terpisah. Namun, sebaliknya, pengusaha cenderung untuk memasuki kontrak besar dan jangka panjang dengan tenaga kerja, yang melibatkan berbagai tugas dan tunjangan lainnya. Dalam upaya untuk mengurangi biaya transaksi, perusahaan berusaha untuk menginternalisasi transaksi tersebut. Dengan menginternalisasi transaksi, perusahaan juga dapat mengurangi pajak penjualan dan kewajiban regulasi pemerintah yang hanya berlaku untuk transaksi antara perusahaan.

Menurut (Syahyunan, 2013) Nilai perusahaan adalah hasil dari usaha manajemen dalam berbagai aspek, termasuk *net cash flow* dari keputusan investasi, progresitif, *cost of capital* perusahaan. Bagi sejumlah investor, value perusahaan bagian konsep yang esensial karena merefleksikan mengenai pasar menimbang perusahaan secara keseluruhan..

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa metode, salah satunya dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV), yang merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku (Brigham dan Gapenski, 2006). PBV menunjukkan bagaimana suatu perusahaan dapat menciptakan nilai pemegang saham karena semakin tinggi PBV, semakin besar kepercayaan pasar terhadap potensi perusahaan untuk menghasilkan kekayaan pemegang saham yang tinggi. Inilah sebabnya mengapa banyak investor menggunakan PBV sebagai tolak ukur keputusan investasi. Ini menarik investor untuk membeli dan meningkatkan permintaan saham

perusahaan, kemudian mendorong harga saham naik, sebab itu, perusahaan lebih dominan menggunakan PBV dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa indikator, salah satu indikatornya dapat berupa seberapa baik perusahaan dalam menjaga asset-asset yang dimiliki, asset tak berwujud merupakan salah satunya. Menurut ketentuan PSAK No. 19, intangible asset mengacu pada aset tunai yang mampu dikenali atau diidentifikasi, tidak berbentuk materi, dan dipunyai untuk kebutuhan produksi atau peruntukan barang atau jasa. Aset ini juga bisa disewakan kepada pihak lain atau digunakan untuk keperluan administratif. (Ikatan Akuntan Indonesia, 2007) modal intelektual merupakan aset tidak berwujud berupa sumber daya data dan informasi yang berfungsi untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kinerja bisnis. Sebuah perusahaan yang dapat bertahan dalam menghadapi persaingan global yang ketat ketika tingkat modal fisik dan finansial diimbangi dengan pertumbuhan modal intelektual (Afief et al., 2020)

(Baroroh, 2013) dalam (Halim & Wijaya, 2020) menyatakan bahwa nilai tambah perusahaan meningkat ketika perusahaan memiliki sumber daya, yaitu modal intelektual, yang mereka miliki. Beberapa pakar mendefinisikan *Intellectual Capital* dalam tiga kategori yaitu human capital, structural (organizational) capital, dan relational (customer) capital. Menurut (Pulic, 1998) dalam (Aida & Rahmawati, 2015) Intellectual Capital dapat dinyatakan sebagai *Value added intellectual coefficient* (VAIC), yang mempunyai tiga komponen utama dari sumber daya perusahaan yaitu, *physical capital* (VACA – *Value Added Capital Employed*), sumber daya manusia (VAHU – *Value Added Human Capital*), dan sumber

daya struktural (STVA – *Structural Capital Value Added*). Semakin besar modal intelektual suatu perusahaan, semakin efisien penggunaannya dan mampu menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan. Kehadiran modal intelektual yang tinggi dalam perusahaan memungkinkan terciptanya produk yang berkualitas tinggi dan beragam, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan. Hal ini memberikan kepercayaan investor dan meningkatkan investasi pada perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan.

Perkembangan teori pengukuran modal intelektual dan pelaporan keuangan tradisional, terutama neraca yang diperlukan untuk merepresentasikan nilai perusahaan, tidak dapat menyajikan informasi penting ini, karena neraca saat ini didominasi oleh kelompok aset berwujud. Berlawanan dengan meningkatnya pengakuan modal intelektual sebagai pendorong nilai pemegang saham dan keunggulan kompetitif, praktik akuntansi tradisional tidak mengungkapkan identifikasi dan penilaian aset tidak berwujud dalam organisasi berbasis pengetahuan (IFAC, 1998).

Konsep modal intelektual telah mendapat banyak perhatian dari berbagai kalangan, terutama akuntan dan peneliti. Fenomena ini menuntut mereka untuk mencari informasi yang lebih rinci tentang isu-isu yang berkaitan dengan pengelolaan modal intelektual. Mulai dari cara mengidentifikasi, mengukur, sampai dengan mengungkapkan IC dalam laporan keuangan perusahaan. Modal intelektual dapat dianggap sebagai pengetahuan dan pengalaman yang berkontribusi dalam

menciptakan kekayaan intelektual (Stewart, 1997). Pengelolaan modal intelektual yang baik diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Ketika ekonomi membaik, perusahaan dapat menggunakan teknologi baru untuk mengembangkan produk atau layanan baru yang lebih menguntungkan. Mereka berusaha mencapai ini dengan mengurangi beban pajak sebanyak mungkin. Tujuan perencanaan pajak adalah untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar wajib pajak dengan menganalisis secara cermat dan memanfaatkan kelemahan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah atau menggunakan perbedaan tarif pajak dan target pajak sebagai dasar pengenaan pajak (Erly Suandy, 2008) dalam (Herawati & Ekawati, 2016). (Fadhila & Hasibuan, 2018) menyatakan bahwa perencanaan pajak merupakan langkah awal dalam manajemen pajak. Perusahaan sangat efektif dalam perencanaan pajak, jika perusahaan mengetahui bagaimana mempertimbangkan risiko dan manfaat dari perencanaan pajak, yaitu. jika masuk akal secara ekonomi, memiliki dokumentasi yang memadai dan, yang terpenting, tidak melanggar peraturan perpajakan (Irawan & Roni, 2020).

Perusahaan menggunakan perencanaan pajak untuk meminimalkan beban pajak mereka dan juga dapat meningkatkan produktivitas dengan meningkatkan efisiensi secara keseluruhan. Jika dilakukan dengan baik, maka dapat menghasilkan nilai yang lebih besar bagi perusahaan. Menghasilkan keuntungan dengan meminimalkan beban pajak membawa keuntungan besar bagi perusahaan. Sehingga dapat digambarkan bahwa nilai perusahaan meningkat ketika memperoleh laba yang besar (Aji & Atun, 2019)

Berdasarkan penelitian terdahulu, ditemukan beberapa hasil temuan yang berbeda-beda. Menurut (Wahab *et.al*, 2012); (Hanlon & Slemrod, 2009) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dalam situasi ini, dapat diamati bahwa adanya korelasi negatif mengindikasikan bahwa manajemen memiliki kecenderungan untuk berperilaku oportunistik saat merencanakan pajak. Akibatnya, hal ini dapat berakibat pada penyusutan nilai perusahaan dan meminimalkan benefit yang diterima, sementara biaya yang dikeluarkan serta risiko terdeteksi lebih tinggi daripada yang diharapkan. Adapun penelitian dari (Tambahani *et al.*, 2021) menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hubungan positif ini mengindikasikan bahwa manajer memiliki potensi untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui perencanaan pajak, dimana keuntungan yang diperoleh melebihi biaya dan risikonya.

(Arif *et al.*, 2014), (Putra, 2015), (Sudibya & Restuti, 2014) menemukan bahwa modal intelektual berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut hasil penelitian (Aida & Rahmawati, 2015), (Hadiwijaya & Rohman, 2013), (Werastuti, 2014) Modal intelektual tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (Lestari, 2017) menemukan bahwa modal intelektual berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena hal itu, peneliti memotivasi penulis untuk meneliti “Pengaruh Perencanaan Pajak dan Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, penulis ingin merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah modal intelektual berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh perencanaan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh modal intelektual terhadap nilai perusahaan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Harapannya, temuan dari penelitian ini akan memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan, terutama perusahaan, dengan meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya modal intelektual dan perencanaan pajak dalam meningkatkan nilai perusahaan.