

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesian Stock Exchange (IDX)* merupakan pasar modal yang ada di Indonesia. Bursa Efek Indonesia memiliki peranan penting sebagai sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi, yang merupakan salah satu alternatif penanaman modal. Bagi perusahaan, BEI membantu perusahaan untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara *go public* yaitu kegiatan penawaran saham atau efek lainnya yang dilakukan oleh emiten (perusahaan yang *go public*) kepada masyarakat.

Perusahaan yang sudah *go public* menarik perhatian investor cenderung dengan cara meningkatkan nilai perusahaan (Pratama dan Wiksuana, 2018). Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.

Nilai perusahaan menjadi peranan penting bagi perusahaan karena nilai perusahaan menjadi acuan utama investor dalam menerbitkan saham (Pratama dan Wiksuana, 2018). Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja

perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Bagi investor peningkatan nilai perusahaan merupakan suatu persepsi yang baik terhadap perusahaan. Jika seorang investor sudah memiliki suatu pandangan yang baik terhadap perusahaan, maka investor tersebut akan tertarik untuk berinvestasi. Tujuan yang harus dicapai oleh manajer keuangan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham melalui memaksimalkan nilai perusahaan (Kasmir, 2020:196). Pemilik perusahaan pasti memiliki keinginan nilai perusahaan yang tinggi.

Salah satu rasio nilai perusahaan adalah *price to book value* (PBV). *Price to book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan *price book value* (PBV) yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. *Price to book value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Arif Sugiono (2019:71) perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Setianto (2019) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan. Salah satu sektor penting dalam perekonomian suatu negara adalah sektor manufaktur. Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Manufaktur merupakan perusahaan yang

bergerak pada bidang pengolahan bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun menjadi barang jadi yang dapat diolah maupun dipergunakan langsung oleh konsumen . Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi kedalam tiga jenis yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi.

Pihak manajemen selalu berusaha memaksimalkan nilai perusahaannya untuk menarik investor melakukan investasi. Namun dalam kenyataannya masih terjadi fenomena nilai perusahaan yang dapat dilihat dari adanya fluktuasi nilai perusahaan. Hal ini berarti nilai perusahaan manufaktur masih belum konsisten dari tahun ke tahun. Pergerakan nilai perusahaan manufaktur yang tidak konsisten menunjukkan nilai perusahaan belum stabil dan perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen.

Salah satu contohnya adalah pada PT Polychem Indonesia Tbk (ADMG) yang bergerak dalam pembuatan *chip poliester, filamen poliester, engineering plastic, resin teknik, etilen glikol, serat stapel poliester* dan petrokimia dan untuk terlibat dalam pembuatan rajutan, tenun dan tekstil. PT Polychem Indonesia Tbk (ADMG) mempunyai nilai perusahaan sebesar 0,27 pada tahun 2020, nilai perusahaan pada tahun 2021 sebesar 0,29 dan pada tahun 2022 sebesar 0,24. Hal serupa juga dialami oleh PT Chandra Asri Petrochemical Tbk. (TPIA) yang merupakan pemasok produk petrokimia ke berbagai industri manufaktur Indonesia. Perusahaan memproduksi produk dan resin termasuk *monomer, polyethylene, dan polypropylene*. PT Chandra Asri Petrochemical

Tbk. (TPIA) mencatatkan nilai perusahaan sebesar 6,82 pada tahun 2020, sebesar 3,81 pada tahun 2021 dan pada tahun 2022 sebesar 4,44.

Hal yang sama juga dialami oleh Alakasa Industrindo Tbk (ALKA) yang mengalami fluktuasi nilai perusahaan dimana pada tahun 2020 nilai PBV Alakasa Industrindo Tbk sebesar 0,90 yang kemudian mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi 0,48 dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 0,52. Astra Internasional Tbk (ASII) justru mengalami penurunan nilai perusahaan selama tiga tahun terakhir dimana pada tahun 2020 sebesar 1,25 yang mengalami penurunan pada tahun 2021 menjadi 1,07 dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2022 menjadi 0,97.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas perusahaan. Profitabilitas adalah rasio yang sering disebut sebagai rasio rentabilitas ini merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Kasmir, 2020:196). Profitabilitas bisa timbul atas keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk, keberhasilan pemasaran sama dengan halnya keberhasilan perusahaan dalam menjual produk-produknya. Atas penjualan tersebut, maka laba akan dicetak oleh perusahaan. Laba yang dicetak tersebut bisa digunakan untuk tujuan pelunasan usaha ataupun pembayaran deviden untuk para pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan Saraswati (2019), Anggraeni (2020) dan Sofiatin (2020) Komala dkk (2021) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi

profitabilitas maka nilai perusahaan akan semakin baik. Berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniastri dkk (2021) yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perubahan profitabilitas perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah rasio *leverage*. Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang yang digunakan dalam pembelanjaan (Ari, 2018). Artinya Semakin tinggi nilai Rasio *leverage* maka semakin tinggi pula utang yang digunakan perusahaan untuk pembiayaan. Rasio *leverage* dapat digunakan oleh kreditur untuk mengukur resiko yang didapat ketika memberikan utang kepada debitur (Srikalimah, 2018). Semakin besar nilai *leverage* sebuah perusahaan maka kemungkinan perusahaan mengalami financial distress semakin besar (Bernardin & Tifani, 2019). Artinya dapat dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang tinggi berarti memiliki banyak utang pada pihak luar.

Penelitian Saraswati (2019), Waryudhiansyah (2021) dan Komala dkk (2021) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik *leverage* perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin rendah. Berlawanan dengan penelitian Sofiatin (2020) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini

berarti meningkat atau menurunnya *leverage* perusahaan tidak akan berdampak pada nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Suatu perusahaan pastinya ingin memiliki ukuran perusahaan yang besar (Kasmir, 2020). Ukuran perusahaan ini lah yang akan menjadi nilai yang digunakan untuk menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat tercermin dari berbagai hal, salah satunya adalah terlihat dari total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Respon yang baik inilah yang akan menentukan prospek yang baik pula sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Saraswati (2019), Sofiatin (2020) dan Novita (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan ukuran perusahaan yang besar maka nilai perusahaan akan semakin baik. Berlawanan dengan penelitian Yuniastri dkk (2021) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berdampak nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan di mata investor.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas perusahaan. Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam

memenuhi liabilitas jangka pendeknya. Menurut Kariyoto (2021:190) likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas, merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo (Hery, 2018:192). Perusahaan dapat dikatakan likuid bila perusahaan dapat menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya saat jatuh tempo dengan tepat waktu. Nilai rasio likuiditas tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

Penelitian Saraswati (2019), Sofiatin (2020) dan Anggita (2022) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik likuiditas perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin baik. Berlawanan dengan penelitian Komala dkk (2021) yang menyatakan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Likuiditas yang tinggi tidak akan menyebabkan perubahan nilai perusahaan.

Faktor kelima yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah perencanaan pajak. Perencanaan pajak merupakan salah satu bentuk dari fungsi manajemen pajak dalam upaya penghematan pajak secara legal. Menurut Erly (2018:6) 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. Perencanaan pajak pada umumnya tertuju pada suatu proses untuk merencanakan usaha dan transaksi wajib pajak sehingga kewajiban pembayaran

pajak berada dalam jumlah serendah mungkin tetapi masih dalam lingkup peraturan perpajakan.

Penelitian Aji dan Atun (2019), Nugraha dan Sofianty (2021) dan Aprilia (2022) menemukan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin baik perencanaan pajak maka nilai perusahaan akan semakin baik. Berlawanan dengan penelitian Muslim dan Putri (2020) yang menyatakan perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya perubahan perencanaan pajak tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Berdasarkan adanya fenomena yaitu fluktuasi nilai perusahaan Manufaktur dan adanya ketidakkonsistenan dari penelitian sebelumnya terkait pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, likuiditas dan Perencanaan Pajak terhadap nilai perusahaan maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu :

- 1) Apakah pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022?
- 2) Apakah pengetahuan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022?

- 3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022?
- 4) Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022?
- 5) Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pokok pembahasan dari penelitian ini yaitu :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.
- 4) Untuk mengetahui likuiditas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.
- 5) Untuk mengetahui perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, likuiditas dan

perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan wawasan yang lebih luas bagi mahasiswa serta dapat dijadikan referensi bagi penelitian berikutnya.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan tambahan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk menelaah lebih lanjut mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, likuiditas dan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Menurut Astria (2018), teori keagenan (*agency theory*) yaitu hubungan antara 2 pihak yang pertama pemilik (*principal*) dan yang kedua manajemen (*agent*). Teori agensi menyatakan bahwa apabila terdapat pemisahan antara pemilik sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen yang menjalankan perusahaan maka akan muncul permasalahan agensi karena masing masing pihak tersebut akan selalu berusaha untuk memaksimalkan fungsi utilitasnya.

Akan tetapi dengan berkembangnya perusahaan yang semakin besar mengakibatkan sering terjadinya konflik antara pemilik dan manajemen dalam hal ini adalah pemegang saham (*investor*) dan pihak *agent* yang diwakili oleh manajemen (Kasmir, 2020;106). *Agent* dikontrak melalui tugas tertentu bagi prinsipal dan mempunyai tanggung jawab atas tugas yang diberikan oleh prinsipal. Prinsipal mempunyai kewajiban yaitu memberi imbalan kepada agen atas jasa yang telah diberikan oleh agen.

Adanya perbedaan kepentingan antara manajemen (*agent*) dan prinsipal inilah yang dapat menimbulkan terjadinya konflik keagenan. Prinsipal dan agen sama-sama menginginkan keuntungan yang besar. Prinsipal dan agen juga sama-sama menghindari adanya risiko (Jogiyanto, 2018;47). Kepemilikan dan pengendalian yang terpisah dalam suatu

perusahaan adalah salah satu faktor yang memicu timbulnya konflik kepentingan yang bisa disebut dengan konflik keagenan atau (*agency theory*). Konflik keagenan timbul antara pihak yang memiliki kepentingan dan tujuan yang berbeda-beda dapat menyulitkan dan menghambat perusahaan dalam mencapai kinerja yang positif guna menghasilkan nilai untuk perusahaan itu sendiri dan juga bagi *shareholder* menurut Putra (2018).

Penelitian ini menggunakan teori agensi karena teori agensi menjelaskan adanya perbedaan kepentingan antara pengelola perusahaan dan pemilik perusahaan dimana pengelola perusahaan memberikan konfirmasi dan pelaporan atas kinerja perusahaan kepada pemilik perusahaan melalui rasio keuangan yang diantaranya profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, likuiditas, perencanaan pajak dan nilai perusahaan yang dalam penelitian ini merupakan variabel yang diteliti.

2.1.2 Teori Sinyaling

Teori sinyal menjelaskan bahwa pemberian sinyal dilakukan oleh manajer untuk mengurangi asimetri informasi. Pemberian sinyal juga dapat membantu pihak perusahaan (*agent*), pemilik (*principal*), dan pihak luar perusahaan mengurangi asimetri informasi dengan menghasilkan kualitas atau integritas informasi laporan keuangan (Putra, 2018). Informasi yang diterima oleh investor lebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal baik atau sinyal yang buruk. Laporan keuangan yang mencerminkan kinerja baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan telah

beroperasi dengan baik. Sinyal baik akan direspon dengan baik pula oleh pihak luar.

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis, karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik itu gambaran masa lalu, saat ini, maupun keadaan masa yang akan datang, bagi kelangsungan suatu perusahaan (Astria, 2018). Teori sinyal mengemukakan bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal juga dapat berupa promosi atau informasi lainnya yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari pada perusahaan lain. Perhatian investor diarahkan pada kemampuan perusahaan yang tercermin dari laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan. Hubungan baik akan terus berlanjut, jika investor puas dengan kinerja manajemen, dan penerima sinyal juga menafsirkan sinyal perusahaan sebagai sinyal yang positif.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Fahmi, 2019). Menurut Hery (2019:5) mendefinisikan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah 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.

Menurut Indrarini (2019:15) menjelaskan bahwa pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan yang terdiri dari :

1. *Price to book value* (PBV)

Price to book value (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Menurut Sugiono (2018:71) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Setianto (2019) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

2. *Price earning ratio* (PER)

Price earning ratio (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. PER itu perbandingan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten dalam setahun. Karena PER berfokus pada laba bersih yang dihasilkan perusahaan, maka dengan mengetahui PER sebuah emiten dapat

mengetahui apakah harga saham tergolong wajar atau tidak secara real dan bukan secara perkiraan.

3. Tobin's Q

Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan. Perusahaan dengan Tobin's Q tinggi atau $q > 1,00$ mengindikasikan bahwa kesempatan investasi lebih baik, memiliki potensi pertumbuhan yang tinggi, dan mengindikasikan manajemen 15 dinilai baik dengan aset-aset di bawah pengelolaannya.

Penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV). Semakin besar nilai *Price Book Value* (PBV) menunjukkan nilai perusahaan yang semakin baik.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang sering disebut sebagai rasio rentabilitas ini merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Kasmir, 2020:196). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Topowijono, 2018). Profitabilitas bisa timbul atas keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk, keberhasilan pemasaran sama dengan halnya keberhasilan perusahaan dalam menjual produk-produknya. Atas penjualan tersebut, maka laba akan dicetak oleh perusahaan. Laba yang

dicetak tersebut bisa digunakan untuk tujuan pelunasan usaha ataupun pembayaran deviden untuk para pemegang saham. Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, disamping hal-hal lainnya. Manajemen perusahaan dituntut harus mampu untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Besarnya keuntungan harus dicapai sesuai dengan yang diharapkan dan bukan berarti asal mendapatkan keuntungan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. Perusahaan dengan rasio profitabilitas yang tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan keuangan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya (Sudaryanti & Dinar, 2019).

Secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas (Kasmir, 2020:49), di antaranya :

1. Profit margin (*profit margin on sales*)

Profit Margin on Sale atau rasio margin atau margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin.

2. *Return on Asset* (ROA)

Return On Assets merupakan rasio dari profitabilitas yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan (Kasmir, 2019:201). Brigham dan Houston (2019:148)

mengatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio laba bersih terhadap total asset untuk mengukur pengembalian atas total asset

3. *Return on investment* (ROI)

Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *return on investment* (ROI) atau *return on total assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya.

4. *Return on equity* (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya.

5. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Rasio per lembar saham (*earning per share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi.

Rasio profitabilitas yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *return on assets* (ROA). Semakin besar nilai ROA, menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula, karena tingkat pengembalian investasi semakin besar.

2.1.5 Leverage

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hutang yang digunakan dalam pembelanjaan (Ari, 2018). Artinya Semakin tinggi nilai rasio *leverage* maka semakin tinggi pula utang yang digunakan perusahaan untuk pembiayaan. Rasio *leverage* dapat digunakan oleh kreditur untuk mengukur resiko yang didapat ketika memberikan utang kepada debitur (Srikalimah, 2018). Dapat dikatakan bahwa rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Suatu perusahaan yang memiliki *leverage* keuangan yang tinggi berarti memiliki banyak utang pada pihak luar.

Pada rasio *leverage* ini terdapat beberapa rasio yang digunakan sebagai indikator pengukur *leverage* (Kasmir, 2020) yaitu:

1. *Debt to equity ratio* (rasio hutang terhadap ekuitas)

Debt to equity ratio merupakan rasio keuangan yang menunjukkan proporsi relatif antara ekuitas dan hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. *Debt to equity ratio* (DER) dihitung

dengan cara mengambil total kewajiban hutang (*liabilities*) dan membaginya dengan ekuitas (*equity*).

2. *Debt ratio* (rasio hutang)

Debt ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan mengandalkan hutang untuk membiayai asetnya. *Debt ratio* dihitung dengan membagikan total hutang (*total liabilities*) dengan total aset yang dimilikinya. *Debt ratio* ini sering juga disebut dengan rasio hutang terhadap total aset (*total debt to total assets ratio*).

3. *Times interest earned ratio*

Times interest earned ratio adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar atau menutupi beban bunga di masa depan. *Times interest earned ratio* ini juga sering disebut juga *Interest coverage ratio*. Cara menghitungnya adalah laba sebelum pajak dan bunga dibagi dengan beban bunga.

Rasio *Leverage* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *debt to equity ratio* (DER). Semakin besar *debt to equity ratio* (DER) maka semakin besar perusahaan menggunakan dana eksternal sehingga beban bunga yang harus dibayar akan semakin tinggi.

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Suatu perusahaan pastinya ingin memiliki ukuran perusahaan yang besar (Kasmir, 2020). Ukuran perusahaan ini lah yang akan menjadi nilai yang digunakan untuk menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat tercermin dari berbagai hal, salah satunya adalah terlihat dari total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena akan meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modalnya. Respon yang baik inilah yang akan menentukan prospek yang baik pula sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Indikator ukuran perusahaan dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu:

1. Aset perusahaan

Aset adalah harta kekayaan atau sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki, perusahaan dapat melakukan investasi dengan baik dan memenuhi permintaan produk. Hal ini semakin memperluas pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan

2. Total penjualan

Penjualan adalah fungsi pemasaran yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mendapatkan laba. Penjualan yang terus meningkat dapat menutup biaya yang keluar pada saat proses produksi. Hal ini laba perusahaan akan meningkat yang kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan

Untuk mengukur ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan total aktiva. Total aktiva yang besar menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melakukan produksi semakin tinggi.

2.1.7 Likuiditas

Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi liabilitas jangka pendeknya. Menurut Kariyoto (2021:190) likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas, merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo (Hery, 2018:192). Perusahaan dapat dikatakan likuid bila perusahaan dapat menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya saat jatuh tempo dengan tepat waktu. Nilai rasio likuiditas tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Rohmadini dkk, 2018). Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menutupi utang lancar menggunakan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan (Mulyanti & Supriyani, 2018). Ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek berarti disebabkan oleh beberapa faktor antara lain memang tidak memiliki dana sama sekali atau perusahaan memiliki dana tetapi tidak cukup secara tunai dengan kata lain dana tersedia dalam bentuk aset lain (Bernardin & Chaniago, 2019).

Menurut Hery (2018: 152) berikut adalah jenis-jenis rasio likuiditasnya yang lazim digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek:

1. Rasio lancar (*current ratio*)

Rasio lancar merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, rasio lancar ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar.

2. Rasio sangat lancar (*quick ratio* atau *test ratio*)

Rasio sangat lancar atau rasio cepat merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang sejak jatuh tempo dengan menggunakan aset sangat lancar. Dengan kata lain, rasio sangat lancar ini menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset sangat lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar.

3. Rasio kas (*cash ratio*)

Rasio kas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas atau setara kas yang tersedia untuk membayar utang jangka pendek. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan yang sesungguhnya dalam melunasi kewajiban lancarnya yang akan segera jatuh tempo dengan menggunakan uang kas atau setara kas yang ada.

Untuk mengukur rasio likuiditas digunakan rasio penelitian ini menggunakan *current ratio*. Rasio likuiditas yang tinggi menunjukkan perusahaan mempunyai kemampuan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya

2.1.8 Perencanaan Pajak

Perencanaan pajak merupakan salah satu bentuk dari fungsi manajemen pajak dalam upaya penghematan pajak secara legal. Menurut Erly (2018:6) 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. Perencanaan pajak pada umumnya tertuju pada suatu proses untuk merekayasa usaha dan transaksi Wajib Pajak sehingga kewajiban pembayaran pajak berada dalam jumlah serendah mungkin tetapi masih dalam lingkup peraturan perpajakan. Zain (2019:119) mendefinisikan perencanaan Pajak adalah proses mengorganisasikan usaha wajib pajak atau sekelompok Wajib Pajak sedemikian rupa sehingga utang pajaknya, baik pajak penghasilan maupun pajak-pajak lainnya, berada dalam posisi yang serendah mungkin, sepanjang hal ini dimungkinkan baik oleh ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan maupun secara komersial.

Perencanaan pajak dapat diukur dengan menggunakan rasio sebagai berikut :

1. *Tax retention rate (TRR)*

Tax retention rate (TRR) merupakan suatu ukuran efektifitas dari manajemen pajak pada laporan keuangan perusahaan. TRR yang tinggi menandakan perencanaan pajak yang tinggi. Hal ini menandakan bahwa jika TRR yang tinggi, perencanaan pajak pada suatu perusahaan yang dilakukan semakin efektif. Sebaliknya, jika TRR rendah maka perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan kurang efektif.

2. *Effective tax rate*

Perencanaan pajak yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio Perencanaan pajak dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rasio *tax retention rate (TRR)*. TRR yang tinggi, perencanaan pajak pada suatu perusahaan yang dilakukan semakin efektif. Sebaliknya, jika TRR rendah maka perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan kurang efektif.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Beberapa penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Saraswati (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2017). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dan didapatkan 153

perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian dalam model regresi diketahui beberapa hal, sebagai berikut: variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, variabel likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan.

Aji dan Atun (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh *tax planning*, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi (studi kasus perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2014-2018). Populasi dalam penelitian ini adalah 141 perusahaan dan sampel ditentukan sebanyak 55 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis jalur. Hasil analisis menunjukkan perencanaan pajak, profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Anggraeni (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. Populasinya adalah 154 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling method* dan dihasilkan sampel sebanyak 39 perusahaan manufaktur. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Putri (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan (Penelitian Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018). Populasi dari penelitian ini adalah Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. Berdasarkan pengambilan sampel maka didapat sampel sebanyak 45 sampel dan penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa secara parsial Profitabilitas berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan, tetapi Perencanaan Pajak Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Sofiatin (2020) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsector industry dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018. Teknik pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 69 perusahaan industri dan kimia. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Muslim dan Junaidi (2020) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian sebanyak 36 data dengan metode analisisnya menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian memberikan gambaran bahwa kegiatan perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan nilai profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Waryudhiansyah (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Keputusan Dividen, Keputusan Utang, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi (studi empiris pada perusahaan perbankan dalam BEI pada tahun 2017 –2020). Hasil analisa data menunjukkan bahwa keputusan investasi dan keputusan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nugraha dan Sofianty (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. Populasi yang di pilih pada penelitian ini adalah 78 perusahaan infrastruktur, utilitas, dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 – 2020 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sehingga diperoleh sampel 21 perusahaan yang mencapai kriteria. Data dianalisis menggunakan regresi sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t). Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Komala (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah 58 perusahaan yang ditentukan dengan teknik *puspositive sampling*. Analisa data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas dan keputusan pendanaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan serta likuiditas dan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yuniastri (2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, kebijakan dividen, struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kebijakan investasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Novita (2022) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020). Metode pengambilan

sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *partial least square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) dan *firm size* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hastuti (2022) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Aktivitas Rasio Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 266 data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa rasio profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan rasio likuiditas, rasio pertumbuhan penjualan dan rasio aktivitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Anggita (2022) melakukan penelitian tentang dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 193 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sehingga diperoleh 101 perusahaan yang memenuhi

kriteria. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Widiana (2022) melakukan penelitian tentang Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2019-2021. Hasil analisis menunjukan profitabilitas dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Aprilia (2022) melakukan penelitian tentang Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018–2020). Populasi dan sampel dalam perusahaan ini adalah perusahaan LQ45. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukan bahwa perencanaan pajak dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.