

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi sekarang ini perkembangan perusahaan industri manufaktur di Indonesia berkembang sangat cepat. Hal ini tak terlepas dari campur tangan pemerintah yang terus mendorong peran industri manufaktur demi meningkatkan perekonomian Indonesia. Salah satu caranya adalah dengan melakukan revolusi industri menuju kearah digital atau biasa disebut revolusi industri 4.0. Menurut menteri perindustrian Indonesia, revolusi industry 4.0 merupakan tranformasi menuju perebaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri dimana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama. Dalam memasuki revolusi industry 4.0 tersebut, menteri perindustrian Indonesia telah menetapkan beberapa strategi. Terdapat empat strategi yang sudah disiapkan oleh menteri perindustrian Indonesia.

Pertama yaitu mengintegrasikan kemampuan internet dengan lini produksi di industri (*internet of things*). Strategi kedua yang dilakukan ialah pemanfaatan teknologi digital untuk memacu produktifitas dan daya saing bagi industri kecil dan menengah sehingga mampu menembus pasar ekspor melalui progam *e-smart*. Strategi ketiga yaitu penggunaan teknologi digital pada industri nasional. Teknologi digital yang dimaksud antara lain *Big Data*, *Autonomous Robots*, *Cybersecurity*, dan *Augmented Reality*. Strategi keempat adalah inovasi teknologi melalui perkembangan startup dengan memfasilitasi tempat inkubasi bisnis.

Melalui instrumen pemerintah dari kementerian perindustrian juga memprioritaskan pembangunan dan implementasi sistem industri 4.0 dalam 5 sektor industry nasional seperti tekstil, otomotif, elektronik, makanan dan minuman, serta kimia. Target pemerintah hingga 10 tahun mendatang mampu berkontribusi hingga 70% dari produk domestic bruto (PDB) manufaktur Indonesia. Dalam menghadapi revolusi industry 4.0 perlu diperhatikan juga dampak positif dan negatif dalam pengaplikasian teknologi di berbagai sektor, yakni sektor social, ekonomi dan budaya di Indonesia ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)).

Perusahaan pabrik (*Manufacturing firm*) adalah sebuah perusahaan yang kegiatannya mengelola bahan baku menjadi barang jadi kemudian menjual barang jadi tersebut ke pasaran (Priyanto, 2017). Industri manufaktur dibagi menjadi 3 sektor yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan industri barang dan konsumsi. Perusahaan manufaktur memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia karena dapat digunakan sebagai tolak ukur perkembangan industri di Indonesia (Wardani, 2016). Badan Pusat Statistik ( BPS ) mengungkapkan pertumbuhan industri manufaktur besar dan sedang triwulan III tahun 2018 naik sebesar 5,04 persen dibandingkan tahun 2017. Kenaikan tersebut terutama disebabkan naiknya produksi industry pakaian jadi yaitu naik 23,13 persen. Sedangkan industry yang mengalami penurunan produksi terbesar adalah industri computer , brang elektronik dan optic, turun 22,31 persen. Industri manufaktur yang baik dapat dilihat dari nilai perasahaan itu sendiri, apabila nilai perusahaannya baik maka industri manufakturnyapun juga akan baik ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)).

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk mengatasi persaingan di dunia yang semakin kompetitif, selain itu meningkatkan nilai perusahaan juga merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar yang mampu memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum jika nilai perusahaan meningkat (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2013). Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Nilai perusahaan juga merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi pula (Wijaya dan Nanik, 2015: 47). Nilai perusahaan mampu menggambarkan kesejahteraan pemegang saham serta prospek perusahaan di masa depan. Sehingga nilai perusahaan merupakan hal yang penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Surya dan Basuki, 2012: 179).

Dalam menjalankan operasi bisnisnya, perusahaan tentu saja akan di hadapkan pada situasi dimana nilai perusahaan akan meningkat atau bahkan manurun. Laju Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) akhirnya mampu keluar dari zona merah pada perdagangan saham Kamis pekan ini. Seluruh sektor

mampu parkir di zona hijau. Pada penutupan perdagangan saham Kamis (6/9/2018), IHSG menguat 92,59 poin atau 1,63 persen ke posisi 5.776,09. Indeks saham LQ45 juga naik 2,15 persen ke posisi 909,68. Seluruh indeks saham acuan kompak parkir di zona hijau. Sebanyak 249 saham menguat sehingga mendorong IHSG. Selain itu 130 saham melemah dan 106 saham diam di tempat. IHSG sempat berada di level tertinggi 5.786,66 dan terendah 5.660,86. (Liputan6, 2018).

Naik turunnya harga saham dipasar modal menjadi sebuah kasus yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Kasus penurunan harga saham di perusahaan Manufaktur terjadi di PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. (AISA). Pergerakan saham PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. (AISA) yang dua hari berturut-turut turun lebih dari 9%, bahkan pada tanggal 20 Januari kemarin sempat *auto reject kiri* yang berarti penurunan harga saham sudah mencapai batas maksimal. Pada tanggal 19-20 Januari 2016, saham AISA memang terkoreksi cukup tajam. Harga AISA anjlok 9,25% pada Selasa (19/01/2016) dan kembali turun 9,22% dihari berikutnya (20/01/2016). Sejak pertengahan tahun lalu harga saham AISA secara perlahan sudah mulai menunjukkan penurunan dari harga tertingginya di level 2,215 yang berlanjut hingga penutupan akhir 2015 harganya jatuh pada angka 1,120. Sampai pada akhirnya menarik banyak perhatian investor pada tanggal 20 dan 21 Januari lalu yang harganya menyentuh level terendah pada angka 935 (investasi.kontan.co, 2016).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain struktur modal, profitabilitas, perencanaan pajak, dan kepemilikan manajerial. Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal menurut Riyanto (2010 : 297) adalah cermin dari kebijakan perusahaan dalam menentukan jenis *sekuritas* yang dikeluarkan. Masalah struktur modal erat kaitannya dengan masalah kapitalisasi, dimana susunan dari jenis jenis *funds* yang membentuk kapitalisasi adalah merupakan struktur modalnya.

Yuliana, dkk (2013) mengungkapkan struktur modal diperlukan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena penetapan struktur modal dalam kebijakan pendanaan perusahaan menentukan profitabilitas perusahaan. Pemilik struktur modal yang baik pada perusahaan adalah penting. Perbandingan modal pinjaman dengan modal sendiri haruslah tepat karena perbandingan tersebut akan berakibat langsung terhadap posisi keuangan perusahaan. Perkembangan kondisi perekonomian yang semakin pesat dan adanya persaingan yang semakin tajam dalam pasar global merupakan suatu tantangan dan peluang bagi perusahaan untuk melakukan perkembangan usahanya. Sebagai upaya untuk mengembangkan tersebut, maka perusahaan memerlukan adanya suatu kebijakan pendanaan yang tepat untuk memenuhi kegiatan operasional perusahaan. Keputusan pendanaan perusahaan merupakan keputusan yang penting mengingat keputusan tersebut berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan nanti. Secara umum terdapat dua bentuk sumber pendanaan pada perusahaan yaitu sumber pendanaan internal dan eksternal.

Sumber pendanaan internal yaitu suatu dana yang berasal dari dalam perusahaan yaitu modal sendiri, laba ditahan. Modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan berasal dari sumber dana yang diperoleh dari usaha perusahaan dalam kegiatan operasi perusahaan, akan tetapi seiring dengan perkembangan ekonomi serta adanya tuntutan perkembangan usaha, dana yang berasal dari dalam perusahaan saja tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dituntut untuk berusaha mencari lagi tambahan dana yang berasal dari sumber pendanaan eksternal. Pemenuhan kebutuhan dana secara eksternal dipisahkan menjadi 2 yaitu pembiayaan hutang (debt financing) dan pendanaan modal sendiri (equity financing). Pembiayaan hutang diperoleh melalui pinjaman, sedangkan pendanaan modal sendiri berasal dari emisi atau penerbitan saham (Pratama dan Wirawati 2016).

Pantow, Murni, dan Trang (2015) menyatakan bahwa struktur modal secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh Pratama dan Wirawati (2016) menyatakan bahwa Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Dhani dan Utama (2017) menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Dewi (2013) mengungkapkan besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan dapat nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

Agustina (2012) para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return yang terdiri dari yield dan capital gain. Maria (2013) penilaian prestasi perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, karena laba merupakan elemen dalam menciptakan nilai perusahaan. Rasio yang mengukur kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan neto adalah *Return On Asset (ROA)*.

Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal ini dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang atau tidak. Menurut Kasmir (2019:198) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Samosir (2017), Siahaan (2016), Dhani dan Utama (2017), menyatakan bahwa variabel profitabilitas Secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Rudangga dan Sudiarta (2016), Sudiani dan Darmayanti (2016), Putra dan Lestari (2016), Wijaya dan Sedana (2015) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Manoppo dan Arie (2016) menyatakan bahwa variabel profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* dan *ROE* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah perencanaan pajak. Perencanaan pajak (*tax planning*) adalah, proses mengorganisasi usaha wajib pajak baik pribadi maupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam koridor ketentuan peraturan perpajakan (*loophole*), agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimum (Pohan, 2013: 18). Hidayat dan Hairi (2016) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Kusumayani dan Suardana (2017) dan Pradnyana dan Noviari (2017) menyatakan bahwa Perencanaan Pajak berpengaruh secara negatif pada nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Herawati dan Ekawati (2016) menyatakan variabel perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial adalah persentase kepemilikan saham pada perusahaan oleh pihak manajemen atau dengan kata lain pihak manajemen juga sekaligus sebagai pemegang saham (Adnyana, 2013). Rahayu (2010) kepemilikan manajemen didefinisikan sebagai persentase saham yang dimiliki oleh manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan yang meliputi komisaris dan direksi. Kepemilikan saham oleh pihak manajemen sebagai suatu instrumen atau alat yang digunakan untuk mengurangi konflik keagenan antar pihak principal dan agen terhadap sebuah perusahaan. Pratama dan Wirawati (2016) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak mampu

memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Kusumawati dan Rosady (2018) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mampu memoderasi hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian lainnya yang dilakukan oleh Javeed, Yaqub, dan Aslam (2017) menyatakan variabel struktur modal yang dimoderasi kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dalam penelitian Pratama dan Wirawati (2016) disimpulkan mampu memoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Kusumawati dan Rosady (2018) menyatakan bahwa Profitabilitas yang dimoderasi kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kusumayani dan Suardana (2017) menyatakan perencanaan pajak yang dimoderasi kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jadi, dengan menjadikan manajer sebagai pemilik, diharapkan kepentingan manajer dapat sejalan dengan kepentingan pemegang saham/pemilik dan nantinya dapat menekan timbulnya asimetri informasi, termasuk asimetri informasi tersebut yang berupaya menimbulkan hubungan yang negatif diantara perencanaan pajak dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis ingin meneliti kembali variabel-variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Peneliti melakukan penelitian pengembangan dari Pratama dan Wirawati (2016) dengan menambahkan variabel perencanaan pajak. Alasan peneliti menambahkan

variabel perencanaan pajak adalah ingin mengetahui apakah perencanaan pajak berpengaruh positif atau negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan jurnal yang di dapat, kesimpulan tentang pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan masih sangat bervariasi. Jadi penelitian ini berjudul **“Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2018 dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah perencanaan pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan?

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka permasalahan dibatasi pada pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015 – 2018 dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi dimana struktur modal( $X_1$ ), profitabilitas( $X_2$ ), perencanaan pajak( $X_3$ ), kepemilikan manajerial(M), dan nilai perusahaan(Y).

### **D. Tujuan dan Manfaat**

#### 1. Tujuan dan Manfaat Penelitian

##### a. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial sebagai pemoderasi hubungan struktur modal dengan nilai perusahaan manufaktur.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial sebagai pemoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan manufaktur.

6) Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial sebagai pemoderasi hubungan perencanaan pajak dengan nilai perusahaan manufaktur.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan adalah

- 1) Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur manajemen keuangan, selanjutnya dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian lanjutan.
- 2) Bagi praktisi, penelitian ini diharapkan akan memberi masukan variabel mana yang penting dalam mengevaluasi perkembangan nilai perusahaan dan tambahan pengetahuan mengenai informasi komponen struktur modal, profitabilitas, perencanaan pajak, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.
- 3) Bagi regulator, penelitian ini dapat menemukan pedoman dalam memproyeksi nilai perusahaan kedepan. Variable-variabel yang signifikan berpengaruh pada penelitian terdahulu dan sampai saat ini dapat diartikan sebagai variabel yang konsisten. Variabel yang konsisten adalah indikator kuat dan penting dalam memproyeksikan nilai perusahaan.