

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan pada dasarnya bertujuan guna mengoptimalkan nilai perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui peningkatan aset yang dimiliki (Battilana *et al.*, 2019; Ericson, 2016). Peningkatan aset tersebut dapat dicapai dengan menghasilkan laba yang optimal secara berkelanjutan (Aritonang, 2022). Untuk mewujudkan hal tersebut, perusahaan dituntut untuk terus melakukan upaya strategis agar mampu mempertahankan eksistensi dan daya saingnya dalam dunia bisnis (Tambhani, 2021). Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan menjadi indikator penting yang memengaruhi minat investor, karena investor cenderung mempertimbangkan prospek nilai perusahaan dalam pengambilan keputusan investasinya (Ompusunggu & Wijaya, 2021; Pricella *et al.*, 2021; Utami & Darmayanti, 2018). Oleh karena itu, minat investor terhadap saham suatu perusahaan sangat berkorelasi dengan persepsi terhadap nilai perusahaan tersebut di pasar (Vianna & Yusnaini, 2022).

Nilai perusahaan merupakan jumlah sebenarnya atas setiap kepemilikan saham apabila perusahaan melakukan penjualan asetnya ditetapkan dengan harga saham (Damayanthi, 2019). Artinya, nilai perusahaan merupakan representasi dari nilai ekonomis seluruh asset perusahaan yang tercermin dalam harga saham yang beredar di pasar, atau dengan kata lain merupakan estimasi nilai yang akan diterima pemegang saham jika seluruh asset perusahaan dijual (Belinda, 2024; Santoso & Junaen, 2024; Suryana & Chrisnanti, 2022). Semakin meningkatnya nilai Perusahaan, maka semakin besar pula potensi Tingkat

pengembalian (return) yang akan diterima oleh investor, sehingga daya tarik perusahaan bagi investor pun akan meningkat (Christiani *et al.*, 2021). Oleh karena itu, manajemen perusahaan akan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan pada setiap periode laporan (Sholihin & Fitriyana, 2024). Salah satu indikator keberhasilan manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat diukur melalui kinerja keuangan, terutama besarnya laba yang dihasilkan perusahaan (Wijayanti *et al.*, 2019; Fitriyani *et al.*, 2022)

Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan dalam upaya meningkatkan laba secara optimal adalah melalui perencanaan pajak dan pengelolaan beban pajak tangguhan (Cendana & Purwatiningsih, 2024; Dewi & Djohar, 2023). Perencanaan pajak yang dirancang secara legal, transparan, dan strategis tidak hanya dapat mengurangi beban pajak dalam jangka pendek tetapi juga meningkatkan efisiensi keuangan perusahaan secara keseluruhan, yang kemudian memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Namun demikian, perencanaan pajak yang bersifat agresif dapat menimbulkan ketidakpastian, risiko reputasi, serta keraguan dari investor terhadap integritas dan tata Kelola perusahaan (Harianti & Hapsari, 2024; Prastiwi & Walidah, 2020). Oleh karena itu, perusahaan harus menyeimbangkan efisiensi pajak jangka pendek dengan dampaknya terhadap persepsi pasar dan nilai jangka panjang (Alhempri *et al.*, 2019). Beban pajak tangguhan merupakan komponen penting dalam laporan keuangan yang mencerminkan kewajiban fiskal di masa mendatang akibat perbedaan temporer antara akuntansi komersial dan fiskal (Chludek, 2011; Hendrawan, 2025). Jika dikelola dengan baik, beban ini justru dapat memberi sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki kontrol fiskal yang baik dan strategi keuangan yang stabil (Wildan & Yulianti, 2021). Namun jika jumlahnya

besar dan tidak dijelaskan secara memadai maka akan menjadi sinyal negatif tentang potensi beban pajak di masa depan (Melani, 2024).

Kompleksitas pengelolaan pajak semakin meningkat sejak diberlakukannya Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) pada tahun 2022. Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) adalah regulasi yang mulai berlaku pada tahun 2022, yang bertujuan untuk menyederhanakan, menyelaraskan, dan memperkuat sistem perpajakan di Indonesia. UU ini membawa sejumlah perubahan signifikan dalam sistem perpajakan nasional dan menuntut perusahaan untuk melakukan penyesuaian kebijakan secara strategis. Pada tahun 2020–2023, sektor barang konsumsi di Indonesia mengalami tekanan signifikan akibat dampak pandemi COVID-19 yang berkelanjutan dan fluktuasi kondisi ekonomi global (Nurjanah *et al.*, 2022; Simanjuntak *et al.*, 2024). Pandemi menyebabkan penurunan konsumsi rumah tangga dan aktivitas ekonomi, namun sektor barang konsumsi menunjukkan daya tahan yang baik. Pada tahun 2023, sektor ini mengalami pemulihan dengan proyeksi pertumbuhan *earnings per share* (EPS) sebesar 28,2%. Pemulihan ini didukung oleh peningkatan konsumsi rumah tangga yang moderat sebesar 5,1% dan normalisasi permintaan yang terpendam, meskipun dihadapkan pada tantangan inflasi yang tinggi. Selain itu, pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan pada tahun 2023 berasal dari laporan yang dipublikasikan oleh Kontan mencapai 5,05%, sedikit melambat dibandingkan tahun sebelumnya, namun tetap menunjukkan tren positif (Limanseto, 2024).

Pada tahun 2024, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,03%, sedikit melambat dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 5,05%. Meskipun demikian, proyeksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2025 diperkirakan berada pada kisaran yang relatif stabil namun lebih moderat. Beberapa lembaga

internasional, seperti *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) dan Bank Dunia, memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2025 berkisar antara 4,9% hingga 5,1% (Djumena, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa perekonomian nasional memasuki fase pemulihan yang disertai dengan tantangan penyesuaian strategi bisnis, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan perpajakan perusahaan konteks pasar modal, sektor barang konsumsi merupakan salah satu sektor yang menunjukkan daya tahan dan pemulihan pasca pandemi COVID-19. Hal ini tercermin dari besarnya kapitalisasi pasar perusahaan-perusahaan utama di sektor tersebut. Pada pertengahan tahun 2024, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) memiliki kapitalisasi pasar sekitar Rp123,3 triliun, sementara PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) tercatat sebesar Rp116,7 triliun (Tradesmart, 2024). Besarnya kapitalisasi pasar tersebut menunjukkan skala dan peran strategis sektor barang konsumsi dalam perekonomian nasional serta tingginya perhatian investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di sektor ini.

Namun demikian, meskipun sektor barang konsumsi menunjukkan stabilitas dan pemulihan kinerja, peningkatan kinerja operasional tersebut belum tentu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan secara konsisten di pasar modal (Wilujeng & Anggraini, 2024). Pada periode 2020–2024, sejumlah perusahaan di sektor barang konsumsi tercatat melakukan perencanaan pajak serta mencatat beban pajak tangguhan yang cukup signifikan. Kondisi ini terutama dipengaruhi oleh adanya perbedaan perlakuan akuntansi dan fiskal serta penyesuaian kebijakan perpajakan pasca diberlakukannya Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) tahun 2022. Strategi perpajakan yang diterapkan perusahaan dalam kondisi ini tidak selalu direspons secara positif oleh investor, karena kebijakan pajak dapat

dipersepsikan secara ganda, baik sebagai upaya efisiensi fiskal maupun sebagai indikasi potensi risiko pajak di masa depan (Cahyadi & Nelson, 2025).

Ketidakpastian persepsi pasar tersebut menunjukkan belum adanya kejelasan mengenai bagaimana praktik perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan dinilai oleh investor dalam menentukan nilai perusahaan, khususnya pada sektor barang konsumsi yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional (Sakinah *et al.*, 2025). Beban pajak tangguhan yang relatif tinggi dapat menimbulkan kekhawatiran investor terhadap potensi kewajiban pajak di masa mendatang, sementara perencanaan pajak yang terlalu agresif berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan terhadap transparansi laporan keuangan perusahaan (Ariyanto & Indriastuti, 2025; Ilaboya *et al.*, 2016). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan empiris mengenai apakah perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan benar-benar berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan, atau justru menjadi faktor yang menimbulkan ketidakpastian di mata investor.

Di sisi lain, besarnya skala perusahaan-perusahaan dalam sektor barang konsumsi menyebabkan variabilitas kebijakan perpajakan dan kebijakan akuntansi, seperti pengelolaan beban pajak tangguhan, berpotensi memberikan dampak yang nyata terhadap penilaian pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengadaptasi strategi perpajakan yang tepat untuk menghadapi dinamika ekonomi yang semakin kompleks serta memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan nilai perusahaan di masa depan. Kondisi ini sekaligus memberikan indikasi bagi investor mengenai pentingnya efisiensi dan akuntabilitas kebijakan fiskal perusahaan dalam menilai prospek sektor barang konsumsi (Djumena, 2025).

Berdasarkan tren tersebut, sektor barang konsumsi memiliki peningkatan nilai perusahaan, dengan catatan strategi fiskalnya tepat dan akuntabel (Purbaningrum *et al.*, 2024). Perencanaan pajak yang dilakukan secara legal serta pengelolaan beban pajak tangguhan yang bijak akan membantu perusahaan mengalokasikan lebih banyak sumber daya ke aktivitas produktif dan mempertahankan reputasi keuangan di mata investor (Aji & Rakhmawati, 2025; Panggabean & Ritonga, 2024). Dengan demikian, kombinasi keduanya dapat menjadi indikator efisiensi fiskal sekaligus sinyal positif bagi pasar modal (Putri *et al.*, 2022; Wulandari & Ismanto, 2024; Zai & Pangaribuan, 2024).

Namun demikian, masih terdapat ketidak konsisten hasil penelitian tentang pengaruh perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Sholihin & Fitriyana (2024) menyimpulkan bahwa perencanaan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan (Safitri & Oktaviani, 2024) menyatakan bahwa perencanaan pajak tangguhan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal serupa juga ditemukan pada variabel beban pajak tangguhan, hasil penelitian (Panggabean & Ritonga, 2024) serta (Putri *et al.*, 2022), menyatakan bahwa beban pajak tangguhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian (Pertiwi & Wasil, 2023) yang menyatakan beban pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sebagian penelitian terdahulu, seperti yang dikemukakan oleh Pullah *et al.* (2021); Görlitz & Dobler (2023); Wilujeng & Anggraini (2024); Trisnawati (2025) menggunakan indikator ETR (*Effective Tax Rate*) sebagai ukuran perencanaan pajak. Namun, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ETR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memperbaiki

keterbatasan tersebut dengan menggunakan indikator alternatif yaitu *Tax Retention Rate* (TRR). Indikator ini lebih fokus pada proporsi laba setelah pajak terhadap laba sebelum pajak sebagai ukuran efisiensi fiskal (Sayidil Umam *et al.*, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menghadirkan keterbaruan dengan menggunakan *Tax Retention Rate* (TRR) sebagai proksi perencanaan pajak dan fokus pada sektor barang konsumsi pasca implementasi UU HPP 2022. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan menjawab *research gap* yang ada. Peneliti bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut mengenai pengaruh perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi guna mendapatkan bukti empiris mengenai undur tersebut dengan judul penelitian **“Analisis Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Beban pajak Tangguhan Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024.”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2020-2024?
2. Apakah beban pajak tangguhan berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian tersebut adalah :

1. Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024
2. Untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh beban pajak tangguhan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini peneliti berharap dapat menghasilkan karya yang bermanfaat bagi Masyarakat, dan pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dengan masalah yang dikaji. Adapun manfaat dari penulisan ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai hubungan antara perencanaan pajak, beban pajak tangguhan dan nilai perusahaan. Dengan fokus pada sektor barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia, penelitian ini dapat memberikan wawasan tambahan mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi dalam konteks pasar Indonesia.
 - b. Dapat memperdalam pemahaman tentang konsep perencanaan pajak, terutama dalam kaitannya dengan optimalisasi nilai perusahaan. Dengan mengidentifikasi mekanisme bagaimana perencanaan pajak dapat mempengaruhi nilai perusahaan, penelitian ini bisa berkontribusi

pada pengembangan teori perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan.

- c. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman teori mengenai beban pajak tangguhan dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa menambah perspektif baru dalam diskusi akademis tentang bagaimana beban pajak tangguhan diakui dan dilaporkan, serta implikasi terhadap keputusan investasi.

2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan sektor barang konsumsi untuk merancang strategi perencanaan pajak yang efektif. Dengan memahami bagaimana perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan memengaruhi nilai perusahaan, manajemen dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi untuk meningkatkan nilai pemegang saham
- b. Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi investor mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Investor dapat menggunakan informasi ini untuk menilai risiko dan potensi keuntungan dari investasi mereka di sektor barang konsumsi, khususnya terkait kebijakan perencanaan pajak perusahaan.
- c. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dalam merancang regulasi pajak yang lebih baik. Pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak perencanaan pajak dan beban pajak tangguhan terhadap nilai perusahaan dapat membantu pemerintah dalam mengatur kebijakan pajak yang seimbang antara kepentingan perusahaan dan negara.

- d. Penelitian ini juga memberikan kesempatan untuk membandingkan perusahaan di sektor barang konsumsi dengan sektor-sektor lain dalam hal penerapan perencanaan pajak dan dampaknya terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut atau analisis lintas sektor yang lebih luas.