

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pajak merupakan hal terpenting bagi negara dalam rangka menopang anggaran penerimaan negara yang dijadikan perhatian khusus. Pajak perlu dioptimalkan guna mempercepat pembangunan nasional. Namun dalam pelaksanaannya, perusahaan cenderung tidak patuh dalam membayar pajak. Ketidapatuhan perusahaan sebagai wajib pajak dalam membayar pajak dipengaruhi oleh peningkatan beban pajak yang berdampak pada menurunnya laba perusahaan. Selain itu realisasi pemerintah dalam penggunaan anggaran dari penerimaan pajak juga tidak berkontribusi secara langsung bagi pembayar pajak. Hal tersebut dapat memicu perusahaan untuk melakukan perencanaan pajak dengan tindakan *tax avoidance* (penghindaran pajak).

Tax avoidance merupakan suatu tindakan yang mengurangi beban pajak perusahaan melalui cara yang legal dikarenakan adanya Undang-Undang Perpajakan yang tidak sempurna (Kurniasih dan Sari, 2013). Efisiensi tersebut terjadi dalam situasi tertentu yang kemudian diatur dan menimbulkan beban pajak berkurang (Jonathan dan Tandean, 2016). Tindakan *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan dapat membuat nilai perusahaan meningkat, hal ini dikarenakan bertambahnya laba yang didapat oleh perusahaan.

Menurut Winasis (2017) tindakan *tax avoidance* dapat terjadi di Indonesia karena Indonesia masih menganut sistem stelsel kas campuran

(*modified cash basis*). Sistem ini dapat membuat kemungkinan untuk mengakui seluruh penjualan baik secara tunai maupun non tunai dan mengakui seluruh beban kerugian baik secara tunai maupun non tunai. Apabila beban kerugian akhir tahun dapat dipercepat, maka penghasilan kena pajak dapat berkurang dan berdampak pada berkurangnya jumlah PPh badan terutang.

Penelitian yang dilakukan oleh Ilmiani dan Sutrisno (2014) menghasilkan kesimpulan bahwa *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh negatif yang signifikan, dimana *tax avoidance* yang semakin tinggi maka nilai perusahaan semakin rendah. Sementara penelitian oleh Herdiyanto (2015) menunjukkan bahwa *tax avoidance* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa tindakan *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi *tax avoidance* diantaranya *advertising expenses* dan karakteristik perusahaan yang meliputi likuiditas, *leverage*, dan ukuran perusahaan (Sugitha dan Supadmi, 2016). Menurut Sugitha dan Supadmi (2016) *advertising expenses* berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*, penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *advertising expenses* maka semakin rendah tindakan *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan.

Selain *advertising expenses*, faktor lain yang mempengaruhi *tax avoidance* yaitu karakteristik perusahaan yang meliputi likuiditas. Sugitha dan Supadmi (2016) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap *tax avoidance*, sedangkan Tiaras dan Wijaya (2015)

dalam penelitiannya menyebutkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Karakteristik perusahaan lain yang dapat mempengaruhi *tax avoidance* yaitu *leverage*. Hasil penelitian Kurniasih dan Sari (2013) menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya dilakukan oleh Singly dan Sukartha (2015) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *tax avoidance*. Tiaras dan Wijaya (2015), Herlambang (2015), Dewinta dan Setiawan (2016), serta Sugitha dan Supadmi (2016) secara simetris menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *tax avoidance*.

Faktor lainnya yang termasuk karakteristik perusahaan dan mempengaruhi *tax avoidance* yaitu ukuran perusahaan. Beberapa peneliti menghasilkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap tindakan *tax avoidance*. Peneliti tersebut diantaranya Singly dan Sukartha (2015), Herlambang (2015), Tiaras dan Wijaya (2015), Dewinta dan setiawan (2016), dan Sugitha dan Supadmi (2016). Sementara Kurniasih dan Sari (2013) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan terhadap *tax avoidance* memiliki pengaruh negatif dan signifikan.

Pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat didukung dengan adanya MEA menjadi tuntutan yang lebih besar bagi perusahaan untuk bisa bertahan dan berkembang dalam persaingan ekonomi dunia. Perusahaan yang berperan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek untuk memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara tujuan

utama perusahaan dalam jangka panjang yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Wahyuni dan Pawestri (2006) dalam Wulandari (2013) juga mengungkapkan bahwa nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kesejahteraan perusahaan.

Tujuan suatu perusahaan untuk membuat nilai perusahaan maksimal, berarti dalam pengambilan keputusan perusahaan harus selalu mempertimbangkan dampaknya terhadap nilai atau harga sahamnya. Bagi manajemen, nilai perusahaan dapat memberikan petunjuk mengenai apa yang dipikirkan oleh investor atas kinerja perusahaan di masa lalu serta prospek perusahaan di masa mendatang (Febrianti, 2012). Selain itu nilai perusahaan juga berdampak bagi *shareholder* untuk dapat membuat investasinya bertahan dan menarik para penanam modal agar menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, pihak dalam manajemen untuk melakukan berbagai upaya guna meningkatkan nilai perusahaan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *advertising expenses*. Menurut Febrianti (2012) likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak signifikan. Penelitian yang dilakukan Gultom (2013) menyimpulkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan, namun tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *firm value*. Hasil penelitian yang dilakukan Wijaya dan Purnawati (2013) menyimpulkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Wulandari (2013) menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lain dilakukan oleh Febrianti (2012) yang meneliti pengaruh *leverage*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga disimpulkan oleh Wulandari (2013). Sedangkan hasil penelitian Khumairoh, dkk (2016) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ikhwandarti (2010) dalam penelitiannya terhadap nilai perusahaan menunjukkan tidak adanya pengaruh dari *leverage*.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Wulandari dan Wiksuana (2017) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan. Sementara Serenia dan Hatane (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Gultom, dkk (2013) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Faktor lain terhadap nilai perusahaan adalah *advertising expenses*. Serenia dan Hatane (2015) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa *advertising expenses* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara Dane, dkk (2013) menyimpulkan bahwa *advertising expenses* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai penjualan, yang berarti juga terhadap nilai perusahaan tidak memiliki pengaruh.

Penelitian ini menggabungkan penelitian-penelitian yang telah dipaparkan diatas guna menguji hubungan antara karakteristik perusahaan dan *advertising expenses* terhadap nilai perusahaan dengan *tax avoidance* sebagai

mediasi. Dari penggabungan penelitian tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **Dampak Karakteristik Perusahaan dan *Advertising Expenses* terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Tax Avoidance* Sebagai Variabel Intervening.**

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian mengenai dampak karakteristik perusahaan, *advertising expenses* dan *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan sudah pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, namun masih terdapat perbedaan hasil antara peneliti satu dengan peneliti lainnya, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi dasar tema proposal ini, antara lain:

- a. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap *tax avoidance*?
- b. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *tax avoidance*?
- c. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance*?
- d. Apakah *advertising expenses* berpengaruh terhadap *tax avoidance*?
- e. Apakah *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
- f. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *tax avoidance*?
- g. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *tax avoidance*?
- h. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *tax avoidance*?

- i. Apakah *advertising expenses* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *tax avoidance*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji apakah likuiditas berpengaruh terhadap *tax avoidance*.
- b. Untuk menguji apakah *leverage* berpengaruh terhadap *tax avoidance*.
- c. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance*.
- d. Untuk menguji apakah *advertising expenses* berpengaruh terhadap *tax avoidance*.
- e. Untuk menguji apakah *tax avoidance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- f. Untuk menguji apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui *tax avoidance* sebagai mediasi.
- g. Untuk menguji apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan *tax avoidance* sebagai mediasi.
- h. Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *tax avoidance* sebagai mediasi.
- i. Untuk menguji apakah *advertising expenses* berpengaruh terhadap nilai perusahaan *tax avoidance* sebagai mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana pengetahuan khususnya dalam bidang akuntansi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah wawasan/pengetahuan dalam menguji kebenaran teori mengenai pengaruh karakteristik perusahaan dan *advertising expenses* terhadap nilai perusahaan melalui *tax avoidance* sebagai variabel intervening.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan melakukan tindakan *tax avoidance*, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

c. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi guna pengambilan keputusan dalam menginvestasikan sahamnya.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi guna pengembangan penelitian.