

BAB I

PENDAHULUAN

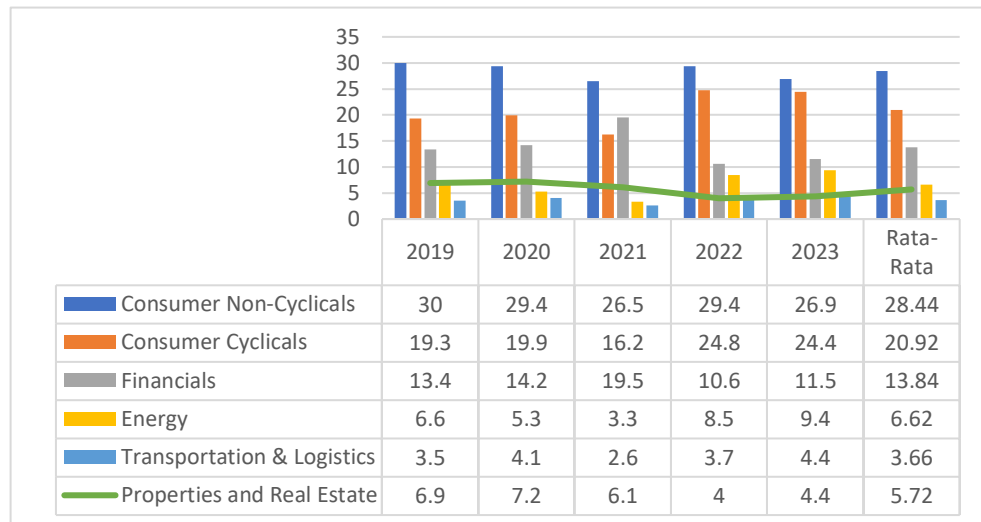
1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor *Consumer Non-Cyclicals* merupakan sektor ekonomi yang menghasilkan produk dan jasa untuk kebutuhan pokok masyarakat, seperti makanan, minuman, ritel makanan dan ritel kebutuhan barang pokok, tembakau, dan produk rumah tangga. Bisnis dalam sektor ini umumnya tidak terpengaruh oleh fluktuasi ekonomi, hal ini disebabkan karena produk yang dihasilkan dari sektor ini selalu dibutuhkan oleh masyarakat atau menjadi kebutuhan pokok masyarakat (Nadya, 2023).

Perusahaan dalam sektor ini cenderung memiliki pendapatan yang lebih pasti, dan memungkinkan pemerintah untuk mengharapakan penerimaan pajak yang lebih teratur (Nafisah & Tambunan, 2023). Selama tahun 2019-2023, beberapa perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* mampu mencatatkan laba yang signifikan diantaranya, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Indofood CBP Sukses Makmur, PT Mayora Indah Tbk, PT Sariguna Primatirta Tbk, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, dan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. Bahkan pada tahun 2023, beberapa perusahaan dalam sektor ini mampu mengungguli perusahaan lainnya dengan mencatatkan laba yang tinggi diantaranya, PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan laba bersih sebesar Rp 8,15 triliun, PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk dengan laba bersih sebesar Rp 8,1 triliun, dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dengan laba bersih sebesar Rp 6,99 triliun (www.cnbcindonesia.com). Tingginya laba yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan ini akan berdampak terhadap meningkatnya penerimaan negara dari sektor pajak, dan sekaligus dapat memberikan dukungan finansial yang stabil bagi pemerintah (Annur, 2024).

Besarnya kontribusi pajak yang tinggi mampu memainkan peran penting dalam penguatan fiskal dan pertumbuhan ekonomi nasional, yang dapat memastikan kestabilan ekonomi berkelanjutan (Kesara et al., 2023). Adapun beberapa sektor perusahaan yang berkontribusi signifikan selama tahun 2019-2023 pada penerimaan negara dalam sektor pajak diantaranya, sektor *Consumer Non-Cyclicals*, sektor *Consumer Cyclicals*, sektor *Financials*, sektor *Energy*, sektor *Transportation and Logistics*, dan sektor *Properties and Real Estate*. Untuk lebih jelasnya besaran kontribusi pajak perusahaan pada sektor-sektor tersebut selama tahun 2019-2023 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Proporsi Sektor Penyumbang Penerimaan Pajak di Indonesia Tahun 2019-2023



Sumber : Data Indonesia yang diolah penulis, (2024)

Berdasarkan data tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa perusahaan dalam sektor *Consumer Non-Cyclicals* cenderung lebih stabil dalam hal berkontribusi pada penerimaan pajak di Indonesia dibanding sektor lainnya selama tahun 2019-2023, bahkan pada tahun 2019 perusahaan dalam sektor ini memberikan kontribusi pajak terbesar dibanding sektor lainnya yaitu sebesar 30%. Hal ini mencerminkan bahwa sektor ini memiliki permintaan yang stabil terlepas dari kondisi ekonomi yang berfluktuasi. Pada tahun 2020, kontribusi pajak perusahaan dalam sektor ini mengalami sedikit penurunan menjadi 29,4%, penurunan ini disebabkan oleh dampak awal pandemi *covid-19* yang mempengaruhi berbagai aspek ekonomi termasuk daya beli konsumen, namun permintaan terhadap perusahaan dalam sektor ini relatif stabil dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya yang lebih terdampak oleh pandemi. Pada tahun 2021, kontribusi pajak perusahaan sektor ini kembali mengalami penurunan menjadi 26,5%, hal ini disebabkan oleh dampak berkelanjutan dari pandemi *covid-19* yang terus mempengaruhi ekonomi global dan nasional, penurunan daya beli konsumen dan gangguan rantai pasokan menjadi faktor yang juga mempengaruhi penurunan ini. Pada tahun 2022, kontribusi pajak perusahaan sektor ini mengalami peningkatan menjadi 29,4%, hal ini menunjukkan adanya pemulihan ekonomi pasca pandemi, pemerintah melakukan inisiasi dengan memberikan berbagai insentif dan stimulus ekonomi untuk meningkatkan daya beli masyarakat. Dan pada tahun 2023, kontribusi pajak perusahaan sektor ini sedikit mengalami penurunan menjadi 26,9%, meskipun demikian sektor ini tetap menjadi kontributor pajak terbesar semenjak tahun 2019-2023 dengan rata-rata tertinggi senilai 28,44%, hal ini menunjukkan pentingnya bisnis dalam sektor ini sebagai produk yang terus dibutuhkan masyarakat, memiliki ketahanan dan stabilitas serta peran penting dalam mendukung perekonomian negara secara keseluruhan.

Berdasarkan data diatas perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* memiliki kontribusi cukup signifikan terhadap penerimaan negara, mampu menciptakan laba sehingga mampu menjadikan perusahaan-perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kesehatan finansial yang mampu beradaptasi pada perubahan pasar, kinerja bisnis yang stabil dan konsisten serta manajemen yang efektif dalam mengoptimalkan operasional. Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kewajiban pajak dengan lebih signifikan, dan dapat berkontribusi besar terhadap penerimaan pajak negara (Ridwan, 2024). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Rahmah & Pratiwi, 2024) dan (Putri et al., 2022) kontribusi pajak yang tinggi menjadikan perusahaan dinilai tertib dalam kewajiban perpajakannya, sehingga dapat membuat nilai perusahaan meningkat. Akan tetapi, menurut penelitian yang dilakukan oleh (Karlinda et al., 2021) dan (Talha, 2022) besarnya kontribusi pajak tidak secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti manajemen yang efektif, inovasi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

Nilai perusahaan merupakan pandangan dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya oleh investor (Simangunsong, 2024). Selain itu, nilai perusahaan juga dapat tercermin dari harga saham, dimana jika harga saham menurun maka nilai perusahaan menurun begitupun sebaliknya, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan sebaliknya apabila semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi dan berdampak pada meningkatnya kemakmuran pemegang saham. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi hal yang penting bagi para pemegang saham (Nirawati et al., 2022).

Pada prinsipnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan laba yang tinggi sehingga nilainya meningkat secara bertahap dan menguntungkan pemegang saham. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan dapat melakukan berbagai cara, seperti meningkatkan efisiensi di bidang produksi, keuangan, dan sumber daya manusia (Anggraini Silvi, 2023). Menurut (Uli et al., 2024) perusahaan dengan nilai yang tinggi seringkali dianggap sebagai pilihan investasi yang lebih menarik, karena mereka menganggap perusahaan memiliki potensi keuntungan atau risiko yang lebih rendah, sehingga membuat investor cenderung lebih tertarik untuk membeli sahamnya.

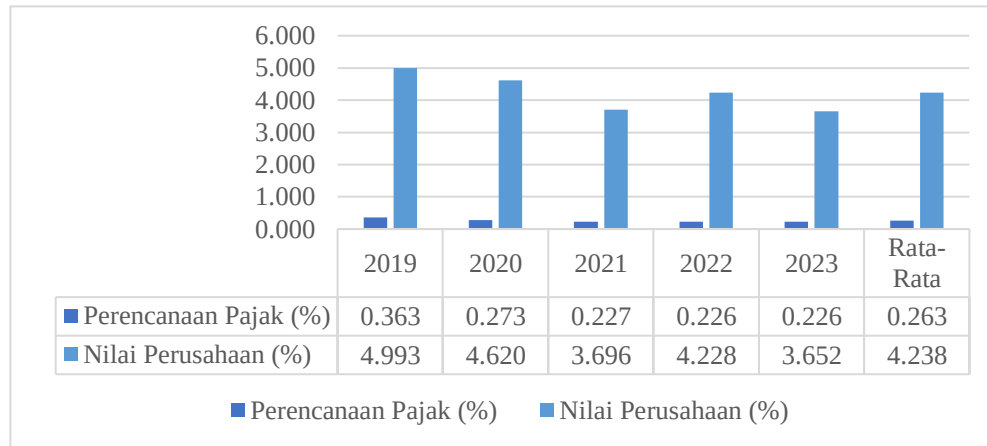
Dalam dunia bisnis yang dinamis, perusahaan dapat mengalami penurunan nilai. Faktor utama yang dapat mempengaruhi penurunan nilai perusahaan adalah kinerja keuangan yang buruk, hal ini disebabkan oleh penurunan pendapatan dan penurunan laba bersih secara signifikan, kondisi pasar yang tidak menguntungkan, seperti penurunan permintaan produk, fluktuasi nilai tukar mata uang, dan kegagalan beradaptasi dengan perubahan pasar, serta terlibatnya perusahaan dalam skandal yang dapat merusak reputasi perusahaan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kepercayaan investor (Wahyu Ekarini, 2023).

Adapun fenomena penurunan nilai perusahaan terjadi di sektor *Consumer Non-Cyclicals* pada tahun 2021. Dimana sektor perusahaan ini, mengalami penurunan nilai saham yang signifikan sebesar 11,29%. Fenomena ini sebagian besar dipicu oleh kondisi pasar yang tidak stabil akibat pandemi *covid-19*. Analisis RHB Sekuritas Michael Wilson mengungkapkan, penurunan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satu faktor yang paling mempengaruhi adalah aliran dana pasar atau *fund flow* yang dapat dipengaruhi oleh rencana penggunaan *free-float* untuk pembobotan bursa. Namun, kecenderungan sektor ini memiliki *free-float* yang kurang dari 30%. Selain itu, performa dari sektor *Consumer Non-Cyclicals* tidak semenarik dari sektor *Consumer Cyclicals*. Jika dikaitkan dengan pemulihan ekonomi dalam jangka panjang, maka pertumbuhan laba akan cenderung dirasakan oleh saham *cyclicals*. Di sisi lain, banyaknya emiten barang konsumen primer yang melakukan pembukuan margin lebih rendah, dikarenakan adanya kenaikan bahan-bahan baku (www.idxchannel.com, 2022).

Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya perencanaan pajak, *likuiditas*, kebijakan dividen dan kepemilikan institusional (Anggraini Silvi, 2023). Perencanaan pajak yang efektif dapat membantu perusahaan mengurangi beban pajak mereka dan meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan dapat meningkatkan efisiensi pajak dan meningkatkan laba bersih dengan menggunakan strategi pajak yang cerdas dan legal. Namun, perusahaan harus mempertimbangkan tanggung jawab sosial dan dampak reputasi dalam perencanaan pajak mereka untuk memastikan bahwa mereka tidak hanya mematuhi hukum tetapi juga berkontribusi secara positif kepada masyarakat (Uli et al., 2024).

Menurut P. I. Dewi & Djohar, (2023) perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* melakukan perencanaan pajak sebagai upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perencanaan pajak ini mencakup berbagai langkah yang dirancang untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar, seperti memanfaatkan insentif pajak, melakukan penghindaran pajak yang sah, dan mengoptimalkan struktur perpajakan perusahaan. Dengan mengurangi kewajiban pajak secara legal, perusahaan dapat meningkatkan laba bersih yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan pemegang saham. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya ke dalam investasi dan pertumbuhan, yang memperkuat daya saing dan posisi pasar mereka. Dengan demikian, perencanaan pajak menjadi faktor krusial dalam bisnis perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* untuk mencapai efisiensi pajak dan kinerja keuangan yang optimal. Adapun hubungan antara perencanaan pajak dan nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama tahun 2019-2023 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. 2 Data Perhitungan Perencanaan Pajak Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama Tahun 2019-2023



Sumber: www.idx.com data diolah penulis (2024)

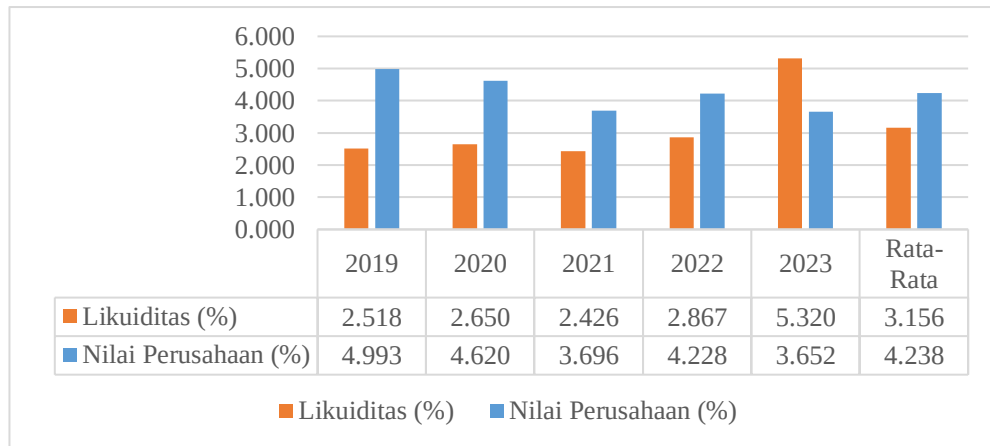
Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan bahwa angka perencanaan pajak pada sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama tahun 2019-2023 mengalami penurunan sebanyak 0,137, sedangkan nilai perusahaan pada tahun 2019-2021 mengalami penurunan sebanyak 1,297. Namun pada tahun 2022 nilai perusahaan mengalami kenaikan sebanyak 0,532 dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2023 sebanyak 0,576. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Ridwan, 2024) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, artinya hubungan perencanaan pajak dan nilai perusahaan berbanding lurus. Dimana jika perencanaan pajak naik maka nilai perusahaan akan naik, begitu pun sebaliknya. Sedangkan terdapat perbedaan pada tahun 2022 dimana nilai perusahaan mengalami kenaikan, sementara perencanaan pajak mengalami penurunan yang signifikan selama tahun 2019-2023, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara penelitian sebelumnya dengan kenyataan.

Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan berikutnya dapat dilihat dari likuiditas. Menurut (Fortuna et al., 2023) likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban dalam jangka pendek dengan harta lancarnya. Jika perusahaan mampu memenuhi kewajibannya, ia dianggap liquid, dan sebaliknya, jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya, ia dianggap tidak liquid. Dengan demikian, likuiditas yang tinggi akan mencerminkan kinerja yang baik. *Current Ratio* (CR) digunakan sebagai alat ukur likuiditas karena dapat menggambarkan semakin tinggi jumlah aset lancar terhadap kewajiban lancar, maka semakin besar keyakinan bahwa kewajiban lancar tersebut akan dibayarkan. CR dapat menggambarkan besarnya ketersediaan aset lancar (aktiva lancar) yang perusahaan miliki dibandingkan dengan total kewajiban lancar (utang lancar) perusahaan (Damayanti & Darmayanti, 2022).

Menurut (Ersyafdi et al., 2022) perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* melakukan upaya peningkatan likuiditas sebagai bagian dari strategi keuangan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Likuiditas yang optimal memungkinkan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam mengelola arus kas dan menangani resiko keuangan, serta

untuk memanfaatkan peluang investasi dengan cepat tanpa harus bergantung pada sumber pendanaan eksternal. Dengan demikian, manajemen likuiditas yang efektif dapat menjadi faktor kunci perusahaan untuk mencapai kinerja keuangan yang lebih baik dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Adapun hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama tahun 2019-2023 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. 3 Data Perhitungan Likuiditas Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama Tahun 2019-2023



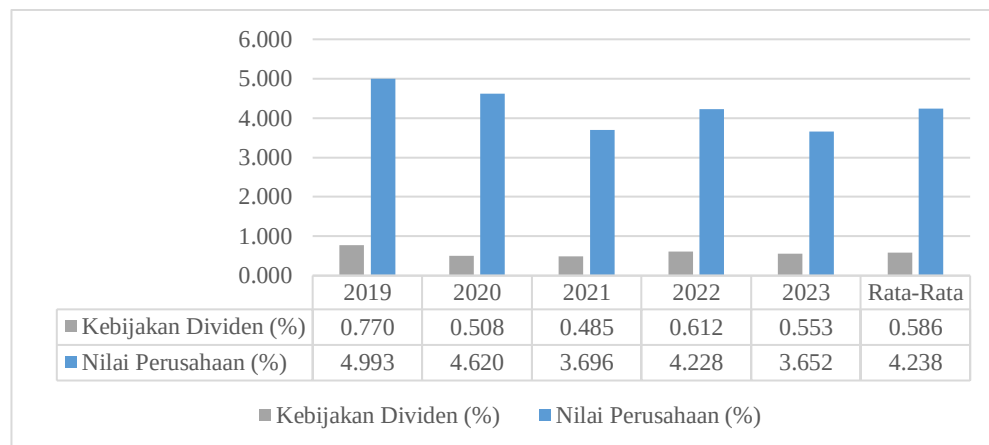
Sumber: www.idx.com data diolah penulis (2024)

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa nilai likuiditas pada tahun 2019-2023 secara signifikan mengalami kenaikan, namun terjadi penurunan pada tahun 2021 sebanyak 0,224 dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2022 sebanyak 0,441, lalu mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2023 sebanyak 2,453. Berbanding terbalik dengan nilai perusahaan yang secara signifikan selama tahun 2019-2023 mengalami penurunan. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Damayanti & Darmayanti, 2022) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, artinya hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan berbanding lurus. Dimana jika likuiditas naik maka nilai perusahaan akan naik, begitu pun sebaliknya. Sedangkan uraian diatas terdapat kesenjangan antara penelitian sebelumnya dengan kenyataan.

Faktor lain berikutnya dapat dilihat dari kebijakan dividen yang diambil oleh perusahaan. Menurut (Nirawati et al., 2022) kebijakan dividen merupakan komponen terpenting dari ketentuan keuangan perusahaan. Tingkat dividen menunjukkan berapa banyak laba yang dapat ditahan oleh bisnis sebagai sumber pendanaan, tetapi juga mempertahankan lebih banyak pendapatan saat ini dalam bisnis, yang mengurangi jumlah uang yang tersedia untuk pembayaran dividen. Akibatnya, aspek yang paling penting dari kebijakan dividen perusahaan adalah alokasi laba yang adil antara peningkatan laba ditahan dan pembayaran dividen.

Menurut Ihsannuddin et al., (2022) perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* melakukan kebijakan dividen sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kebijakan dividen yang dilakukan perusahaan dalam sektor ini tidak hanya sekedar pembagian keuntungan, tetapi juga sebagai alat untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas investor. Perusahaan yang secara reguler membayarkan dividen menunjukkan bahwa mereka mampu menghasilkan keuntungan berkesinambungan, sekaligus menunjukkan komitmen manajemen dalam mengembalikan sebagian keuntungan kepada pemegang saham. Kebijakan dividen yang tepat tidak hanya meningkatkan nilai perusahaan di pasar saham, tetapi dapat memperbaiki citra dan reputasi perusahaan di mata investor. Adapun hubungan antara kebijakan dividen dan nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama tahun 2019-2023 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. 4 Data Perhitungan Kebijakan Dividen Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama Tahun 2019-2023



Sumber: www.idx.com data diolah penulis (2024)

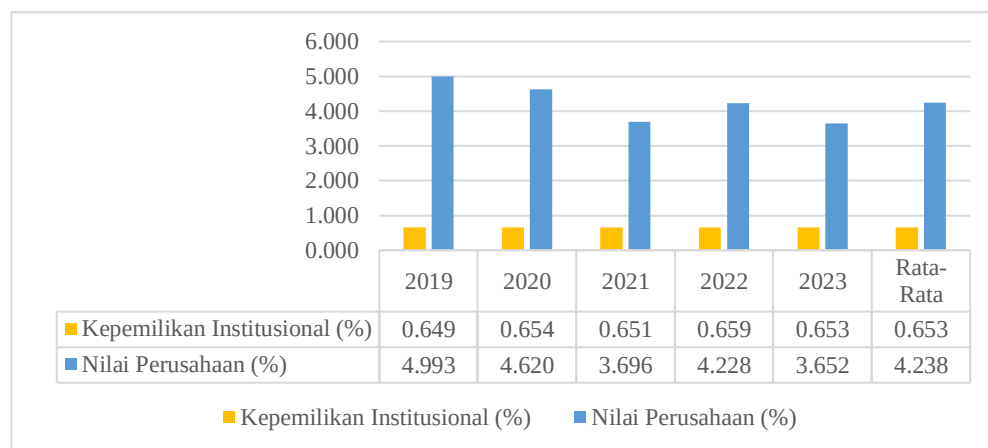
Berdasarkan tabel 1.4 menunjukkan bahwa nilai kebijakan dividen pada tahun 2019-2023 mengalami ketidakkonsistenan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Anindya & Andriyani Muzakir, 2023), (Adlan F.A.F et al., 2021), dan (Talha, 2022) menyatakan bahwa semakin tinggi kebijakan dividen maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan perusahaan yang membagikan dividen dipandang sebagai perusahaan yang menjaga kepercayaan investor. Investor akan senantiasa mempertahankan saham perusahaan, bahkan memungkinkan untuk menambahkan investasi ke perusahaan tersebut. Namun, berbeda pendapat dengan (Nuryatin et al., 2022), dan (Aini et al., 2023) yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat kesenjangan antara penelitian terdahulu dengan kenyataan.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dapat dilihat dari kepemilikan institusional. Menurut (Yuliyanti, 2023) kepemilikan institusional

merupakan organisasi keuangan besar seperti bank, perusahaan asuransi, dan perusahaan investasi mengakuisisi sebagian besar saham perusahaan. Kepemilikan institusional dapat mendorong pengelolaan dan pengawasan menjadi lebih baik, hal ini disebabkan karena kekuatan kepemilikan institusional sebagai agen pemantauan dibatasi oleh besarnya keterlibatan mereka di pasar modal, sehingga pengawasan ini diharapkan mampu melindungi nilai pemegang saham. Kepemilikan institusional memegang peranan penting dalam rangka meminimalisir potensi terjadinya konflik keagenan antara pemegang saham yang bertindak sebagai prinsipal dan manajer yang bertindak sebagai agen.

Menurut (Ningsih et al., 2023) perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* seringkali mengadopsi kepemilikan institusional sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan, serta mengurangi resiko manajerial yang tidak diinginkan. Dengan adanya pengawasan yang lebih ketat dari pihak institusional, perusahaan cenderung lebih mengutamakan strategi jangka panjang dan kinerja yang lebih baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan di pasar saham. Adapun hubungan antara kepemilikan institusional dan nilai perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama tahun 2019-2023 dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. 5 Data Perhitungan Kepemilikan Institusional Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* selama Tahun 2019-2023



Sumber: www.idx.com data diolah penulis (2024)

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan bahwa nilai kepemilikan institusional pada tahun 2019-2022 mengalami kenaikan yang signifikan sebanyak 0,01 dan mengalami penurunan pada tahun 2023 sebanyak 0,006, sedangkan nilai perusahaan secara signifikan pada tahun 2019-2023 mengalami penurunan kecuali pada tahun 2022 mengalami kenaikan yang signifikan sebanyak 0,924 dan kembali mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2023. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Anggraini Silvi, 2023), (Jullia & Finatariyani, 2024)

bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, artinya hubungan antara kepemilikan institusional dan nilai perusahaan berbanding lurus. Dimana jika kepemilikan institusional naik maka nilai perusahaan naik, begitu pun sebaliknya. Sedangkan uraian diatas terdapat kesenjangan antara penelitian sebelumnya dengan kenyataan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, memiliki hasil yang berbeda mengenai nilai perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Ridwan, 2024) dan (Putri et al., 2022) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan berbeda pendapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Karlinda et al., 2021), (Hidayati, 2023), dan (Uli et al., 2024) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Damayanti & Darmayanti, 2022), (Hasanah, Fitria Nur & Meidiyustiani, 2024), dan (Herdiani et al., 2021) yang menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, namun terdapat perbedaan pendapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kohar, 2019), (Harfani & Nurdiansyah, 2021), dan (Ristiani & Sudarsi, 2022) yang berpendapat bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Nirawati et al., 2022), (Anisa et al., 2021) menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bertentangan dengan teori sinyal yang menyatakan pengaruh positif tentang kebijakan dividen yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan terdapat hasil penelitian lain yang dilakukan oleh (Azharin & Ratnawati, 2022), (Adlan F.A.F et al., 2021) dan (Talha, 2022) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Jullia & Finatariani, 2024), (Ermanda & Puspa, 2022) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan perbedaan pendapat dari penelitian yang dilakukan oleh (D. M. Sari & Wulandari, 2021), (Setyasari et al., 2022), dan (Dwicahyani et al., 2022) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian terdahulu terdapat adanya *research gap* atau perbedaan hasil penelitian. Perbedaan ini mendorong penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang diharapkan mampu memberikan hasil yang memadai dan mampu menjawab *gap* yang terjadi. Adapun pembaruan pada penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya terletak pada perbedaan tahun penelitian dan sampel penelitian. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Perencanaan Pajak, Likuiditas, Kebijakan Dividen, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Non-Cyclicals Tahun 2019-2023”**

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan langkah awal dalam proses penelitian, bertujuan untuk mendefinisikan masalah yang akan diteliti. Proses ini melibatkan pengenalan masalah atau fenomena yang akan dikaji lebih lanjut (Gumilang, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terdapat fenomena tentang besarnya kontribusi pajak dari sektor *Consumer Non-Cyclicals*, sebagai sektor yang mampu menyumbang pajak secara signifikan dari tahun 2019-2023 dibandingkan dengan kontribusi pajak dari sektor lainnya.
2. Selain besarnya kontribusi pajak, terdapat fenomena tentang penurunan nilai perusahaan yang terjadi pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals*, yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP). Dimana perusahaan ini mengalami penurunan nilai saham yang signifikan sebesar 11,29%. Fenomena ini sebagian besar dipicu oleh kondisi pasar yang tidak stabil akibat pandemi *covid-19*.
3. Adanya hasil yang tidak konsisten antara perencanaan pajak, likuiditas, kebijakan dividen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan selama tahun 2019-2023. Perencanaan pajak pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 0,001, sedangkan nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,532. Likuiditas pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebesar 2,453, sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,576. Kebijakan dividen mengalami penurunan secara signifikan selama tahun 2019-2023, sedangkan nilai perusahaan pada tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 0,532. Kepemilikan institusional pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 0,005, sedangkan nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,373.
4. Terdapat perbedaan hasil penelitian dengan variabel yang sama pada penelitian sebelumnya. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa terdapat pengaruh perencanaan pajak, likuiditas, kebijakan dividen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, namun terdapat juga penelitian yang bertentangan dan memiliki hasil yang berbeda.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data, untuk mendukung pemecahan suatu masalah. Rumusan masalah dapat membantu peneliti untuk fokus terhadap aspek spesifik dari masalah yang akan diteliti (Pratama, 2024a).

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?

3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
4. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?
5. Apakah perencanaan pajak, likuiditas, kebijakan dividen dan kepemilikan institusional memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan alasan utama mengapa penelitian dilakukan, mencakup apa yang ingin di capai melalui penelitian tersebut, sehingga diharapkan memperoleh pemahaman baru atau solusi terhadap masalah yang di teliti (Qotrun, 2022).

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.
5. Untuk menganalisis pengaruh perencanaan pajak, likuiditas, kebijakan dividen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak positif yang diharapkan dari hasil penelitian. Manfaat ini dapat berupa kontribusi terhadap pengetahuan ilmiah, pengembangan teknologi, atau dapat berupa solusi praktis untuk masalah yang dihadapi oleh masyarakat (Widyaningrum, 2023).

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan akan berkontribusi dalam pengembangan literatur di bidang keuangan, khususnya yang terkait dengan studi tentang perencanaan pajak, likuiditas, kebijakan dividen, kepemilikan institusional, dan nilai perusahaan. Penelitian ini dapat memperkaya kajian akademis dengan fokus pada sektor consumer non-cyclicals.

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti di masa mendatang yang ingin melakukan studi serupa, baik dalam sektor yang berbeda maupun dengan pendekatan yang lebih mendalam. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model atau variabel yang berbeda untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada manajemen perusahaan dalam sektor consumer non-cyclicals tentang pentingnya perencanaan pajak, pengelolaan likuiditas, kebijakan dividen, dan kepemilikan institusional. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi dalam pengambilan keputusan strategis untuk tujuan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini dapat membantu investor untuk mendapatkan pandangan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sebagai pemahaman yang lebih baik dalam membuat keputusan investasi yang lebih informasional dan strategis.