

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Jensen dan Meckling dalam Ningtias (2015:40) mengungkapkan bahwa teori agensi akan terjadi apabila proporsi kepemilikan manajer atas saham kurang dari 100%. Sehingga manajer bertindak untuk mengejar kepentingannya sendiri dan tidak berdasarkan memaksimalkan nilai perusahaan dalam pengambilan keputusan khususnya keputusan pendanaan. Konflik kepentingan bisa saja terjadi karena adanya perbedaan kepentingan diantara pemilik perusahaan serta manajer, sehingga bisa terjadi ketidakseimbangan informasi atau asimetri informasi. Dari hal tersebut, manajer memiliki kecenderungan untuk memanipulasi informasi keuangan agar bisa sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan.

Teori agensi menunjukkan pentingnya adanya pemisahan manajemen perusahaan dari pemilik, dimana hal ini bertujuan untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas dengan mempekerjakan agen profesional di dalam mengelola perusahaan. Sehingga manajemen memiliki tanggung jawab sebagai agen dari pemilik perusahaan, dan pemilik perusahaan bisa mencari informasi, mengembangkan sistem yang lebih baik agar dapat memastikan tindakan agen bagi kepentingan pemilik. Teori agensi dalam penelitian ini dapat menunjukkan adanya asimetri informasi bila terjadi konflik kepentingan pada saat melakukan praktik perencanaan pajak. Hal ini dapat diminimalisir dengan tata kelola

perusahaan yang baik, salah satunya adalah menggunakan pengungkapan informasi yang lebih transparan (Armstrong et al.dalam Pradnyana 2017:11). Transparansi ini dapat memberikan manfaat terhadap perusahaan dan dapat mengurangi dampak dari konflik kepentingan serta memberikan nilai yang baik bagi perusahaan.

2.2. Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori yang selanjutnya adalah teori sinyal atau (*signalling theory*). Menurut Jama'an dalam Suryani (2015:30) mengemukakan *Signalling theory* tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh perusahaan untuk merealisasikan keinginan pemilik. Perusahaan yang memiliki prospek yang baik akan berusaha menghindari penjualan saham perusahaan serta mengupayakan perolehan modal baru dengan cara lain, dan bila prospeknya kurang menguntungkan, maka akan cenderung menjual sahamnya. Informasi perusahaan ialah unsur yang berpengaruh bagi investor, dikarenakan informasi perusahaan dapat memberikan gambaran mengenai keadaan perusahaan di masa sekarang maupun pada masa depan. Informasi perusahaan yang lengkap, relevan, dan akurat diperlukan oleh investor di dalam menentukan keputusan. Laporan tahunan merupakan salah satu informasi yang bisa digunakan sebagai sinyal bagi pihak di luar perusahaan. Laporan tahunan ini berisi informasi akuntansi, berupa laporan keuangan, serta informasi nonakuntansi berupa informasi selain laporan keuangan.

Dengan tersedianya teori sinyal tersebut, pihak manajemen perusahaan pasti menyampaikan informasi pada investor, sehingga bisa memberikan informasi mengenai keadaan serta prospek perusahaan. Dari informasi yang diterima investor, maka investor bisa menentukan perusahaan mana yang mempunyai nilai perusahaan yang baik, yang mana akan mendatangkan keuntungan bagi investor. Investasi yang dikeluarkan perusahaan diharapkan menjadi sinyal positif terhadap tingkat perkembangan perusahaan pada masa depan, yang mana hal tersebut juga mampu menaikkan nilai perusahaan yang direfleksikan dari harga saham perusahaan (Jama'an, 2008:5). Dari manajemen, praktik perencanaan pajak yang dilaksanakan, dimaksudkan bisa menyampaikan sinyal positif terhadap investor yang juga akan menaikkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang melakukan investasi modal cenderung dapat menarik para investor karena diharapkan keputusan-keputusan investasi tersebut akan membawa keuntungan lebih besar di masa yang akan datang (Brealey et al. dalam Sofiamira dan Asandimitra (2017:198)). Penggunaan *capital expenditure* sebagai keputusan investasi memberikan sinyal positif akan pertumbuhan perusahaan di masa mendatang yang kemudian direspon baik oleh para investor (Achmad dan Amanah dalam Sofiamira dan Asandimitra (2017:198)). Hal tersebut sesuai dengan *signaling theory* dimana keputusan investasi dapat memberikan sinyal positif bagi para investor. Hal ini dikarenakan dengan investasi tersebut para investor berharap bahwa pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang akan meningkat. Peningkatan pertumbuhan perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Dengan begitu nilai perusahaan pun akan meningkat secara

beriringan. Selain itu, pengeluaran modal juga dapat mengoptimalkan arus kas perusahaan. Dengan optimalnya arus kas tersebut maka kinerja perusahaan serta pertumbuhan perusahaan di masa mendatang pun juga meningkat. Kinerja perusahaan yang baik dan meningkat juga akan meningkatkan nilai.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan umumnya berpengaruh pada penilaian investor dalam membuat keputusan investasi. Semakin besar ukuran perusahaan semakin baik pengelolaan terhadap dana investasi. Hal tersebut sesuai dengan *signaling theory* dimana keputusan investasi dapat memberikan sinyal positif bagi para investor.

2.2. Agresivitas Pajak

Agresivitas pajak merupakan hal yang sangat umum terjadi dikalangan perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia. Tindakan ini bertujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan melalui manajemen pajak. Perencanaan pajak (*tax planning*) adalah langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang dilakukan. Pada umumnya penekanan perencanaan pajak adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak.

Perusahaan menganggap pajak sebagai biaya yang signifikan karena dengan membayar pajak berarti mengurangi jumlah laba bersih yang akan diterima. Oleh karena itu perusahaan diprediksi akan melakukan tindakan pajak secara agresif yang dapat mengurangi biaya pajak tersebut.

Menurut Frank et al. dalam Ayu dan Dewi (2017:215) agresivitas pajak merupakan tindakan yang bertujuan mengurangi pendapatan kena pajak melalui

perencanaan pajak. Hal ini sejalan dengan yang dinyatakan Hlaing dalam Ayu dan Dewi (2017:215) yang mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak perusahaan terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Dengan demikian manfaat agresivitas pajak adalah penghematan pajak yang dilakukan untuk meminimalkan beban pajak sehingga keuntungan yang diperoleh perusahaan semakin besar serta untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

2.3. Capital Expenditure

Capital expenditure atau juga dikenal dengan nama belanja modal adalah pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan atau memperbarui aset bisnis mereka. Belanja modal biasanya memerlukan pengeluaran yang besar seperti pembelian bangunan baru dan pembaruan fasilitas yang ada. *Capital expenditure* juga terkadang disebut sebagai *capital expense* atau *capital spending* dan dilaporkan pada laporan tahunan dari perusahaan sehingga pemegang saham dapat dengan jelas melihat seberapa besar uang yang diinvestasikan untuk jangka panjang.

Anandarajah dalam Bangun (2013:27) menyatakan *capital expenditure* dalam definisi sebagai berikut:

“*Capital expenditure is an expenditure on long-lived assets, also referred to as fixed assets or non-current physical assets*”. Dari deskripsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *capital expenditure* berkaitan dengan dua unsur, yaitu :

1. *Expenditure* atau pengeluaran.
2. *Long lived assets* atau aset yang memiliki masa ekonomis yang panjang

Sedangkan menurut Saphiro dalam Bangun (2013:27), *capital expenditure* merupakan investasi yang dikeluarkan dengan harapan akan menghasilkan aliran kas masuk di masa depan. Oleh karenanya dibutuhkan persiapan yang matang dalam merencanakan *capital expenditure*. Terkait dengan deskripsi di atas, terkadang *capital expenditure* juga dideskripsikan sebagai *capital investment*.

2.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan kepada total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Putra (2013) dalam Nurmindia (2017), perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuannya untuk memunculkan dana yang lebih besar.

2.5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham yang mencerminkan tingginya nilai perusahaan tersebut sehingga dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum (Mahpudin dan Suparno, 2016:4).

Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik. Maksimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai bila perusahaan memperhatikan para pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Keseimbangan pencapaian tujuan *stakeholder* perusahaan dapat menjadikan perusahaan berpeluang mendapatkan keuntungan optimal sehingga kinerja perusahaan akan di nilai baik oleh investor. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan dimasa depan (Wijaya dan Sedana, 2015:2). Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar.

2.5.1. Pengukuran Nilai Perusahaan

Berikut ini beberapa metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio merupakan rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga per lembar saham (*price per share*) dengan laba per lembar saham (*earning per share*). Rasio ini menunjukkan seberapa banyak investor bersedia

membayar per rupiah laba yang dilaporkan (Moeljadi dalam Kusuma dkk, 2013:7). Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh oleh para pemegang saham.

Price earning ratio (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

2. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Jusriani, 2013:58). *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

3. Tobin's Q

Alternatif lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan metode Tobin's Q. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Suffah dan Riduwan, 2016:4). Rasio Tobin's Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Dimana :

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas

EBV = nilai buku dari total aktiva

D = nilai buku dari total hutang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

2.5.2. Konsep Nilai Suatu Perusahaan

Menurut Christiawan dan Tarigan dalam Jusriani (2013:57), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain :

1. Nilai Nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bias ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan asset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bias dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.6. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dapat dipakai sebagai acuan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah:

Penelitian Terdahulu Terkait dengan Variabel Agresivitas Pajak (X1), *Capital Expenditure* (X2), Ukuran Perusahaan (X3), dan Nilai perusahaan (Y).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
1	Putu Nirmala Chandra Devi, Ni Luh Supadmi (2018)	Pengaruh Agresivitas Pajak pada Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan agresivitas pajak berpengaruh negatif pada nilai perusahaan dan ukuran perusahaan memperlemah pengaruh agresivitas pajak pada nilai perusahaan.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel moderasi ukuran perusahaan dan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu Tobins'Q.
2	Ayu Aryista Dewi, Luh Gede Krisna Dewi (2017)	Transparasi Informasi Memoderasi Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Nilai Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian menunjukan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif pada nilai perusahaan.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel moderasi Transparasi Informasi dan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu Tobins'Q.
3	Noni Aisyah Sofiamira, Nadia Asandimitra (2017)	<i>Capital Expenditure, Leverage, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility</i> : Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukan bahwa secara simultan seluruh variabel independen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel <i>Leverage, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility</i> dan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu Tobins'Q.
4	Ananda Putra Hardian, Nur Fadrijih Asyik (2016)	Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, Csr Sebagai Variabel	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Kinerja Keuangan dan CSR sebagai variabel Moderasi dan alat ukur yang

No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
		Moderasi		digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu PBV.
5	Familia Umami (2015)	Pengaruh Struktur Modal, <i>Capital Expenditure</i> dan Insentif Manajer Terhadap Profitabilitas dalam meningkatkan Nilai Perusahaan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal memiliki pengaruh terhadap profitabilitas pada tingkat signifikansi 5% belanja modal, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada tingkat signifikansi kurang dari 5%.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Struktur Modal, Insentif Manajer dan Profitabilitas sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu Tobins'Q.
6	Amalia Dewi Rahmawati, Topowijono, Sri Sulasmiyat (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Ukuran perusahaan, Profitabilitas, Struktur modal, dan Keputusan investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai Fhitung > Ftabel yaitu 12,279 > 2,47. Secara Parsial, Profitabilitas dan Keputusan Investasi berpengaruh signifikan dengan arah positif, Struktur modal berpengaruh signifikan dengan arah negatif, dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu Tobins'Q.
7	Aniela Nurmindana, Deannes Isyuardhiana, S.E.	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Dan Ukuran Perusahaan	Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa: Profitabilitas (ROE), <i>Leverage</i> (DER), dan Ukuran Perusahaan (	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Profitabilitas,

No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
	M.M., Annisa Nurbaiti, S.E., M.Si. (2015)	Terhadap Nilai Perusahaan	Ln.Aset) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Sedangkan secara parsial, ROE berpengaruh positif signifikan terhadap PBV, DER, dan Ln.Aset tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).	<i>Leverage</i> dan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu PBV.
8	Nike Beliza (2015)	Pengaruh Agresivitas Pajak, Tingkat Persistensi laba, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variable (agresivitas pajak, tingkat persistensi laba, dan tanggung jawab social perusahaan) terhadap nilai perusahaan.	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Tingkat Persistensi laba, Dan Corporate Social Responsibility sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu Tobins'Q
9	Ricky Zalkifli Putra Perdana (2014)	Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Effective Tax Rate (ETR), komisar independen, kualitas auditor tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan,	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Mekanisme Corporate Governance sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu Tobins'Q
10	Rahmiati, Widya Sari (2013)	Pengaruh <i>Capital Expenditure</i> , Struktur Modal Dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Capital Expenditure</i> dan profitabilitas berpengaruh positif dan	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Struktur Modal Dan

No	Nama Peneliti dan Tahun Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Kesenjangan Penelitian
		Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	signifikan terhadap nilai Perusahaan, sedangkan struktur modal tidak mempengaruhi nilai perusahaan.	Profitabilitas sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu PBV.
11	Jun Adrian, SE (2012)	Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, <i>Capital Expenditure</i> Dan Insentif Manajer Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Capital Expenditure</i> , insentif manajer dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan, ada pengaruh mediasi sehingga profitabilitas memoderasi hubungan antara <i>Capital Expenditure</i> dan nilai perusahaan	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Insentif Manajer sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu PBV.
12	Yangs Analisa (2011)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Secara simultan seluruh variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Perbedaan dalam penelitian ini menggunakan variabel <i>Leverage</i> , Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen sedangkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu PBV.

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2018

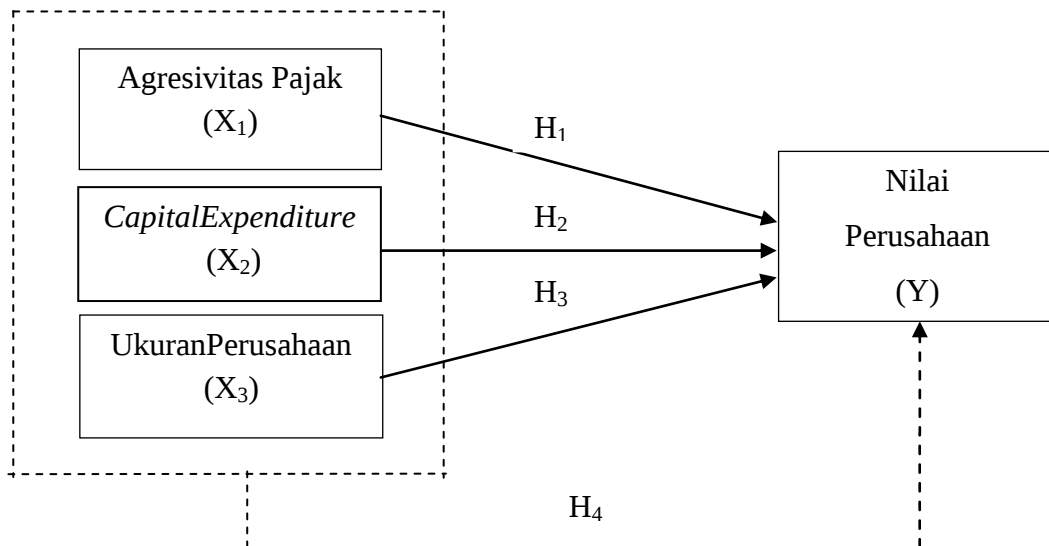
2.7. Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2017), Kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Kerangka konseptual adalah proses yang sangat penting dalam menyusun suatu penelitian, karena dalam proses ini pembaca dapat mengetahui apa yang akan dilakukan oleh peneliti, dan bagaimana urutan penelitian itu dilakukan. Kerangka konseptual diharapkan akan memberikan gambaran dan mengarahkan asumsi mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka konseptual memberikan petunjuk kepada peneliti didalam merumuskan masalah penelitian.

Peneliti akan menggunakan kerangka konseptual yang telah disusun untuk menentukan pertanyaan-pertanyaan mana yang harus dijawab oleh penelitian dan bagaimana prosedur empiris yang digunakan sebagai alat untuk menemukan jawaban terhadap pertanyaan tersebut. Kerangka konseptual diperoleh dari hasil sintesis dari proses berpikir deduktif (aplikasi teori) dan induktif (fakta yang ada atau empiris), kemudian dengan kemampuan kreatif-inovatif, diakhiri dengan konsep atau ide baru yang disebut kerangka konseptual.

Berdasarkan teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu Agresivitas Pajak (X_1), *Capital Expenditure* (X_2), Ukuran Perusahaan (X_3) sebagai variabel bebas (variabel independen), dan Nilai Perusahaan (Y) sebagai

variabel terikat (variabel dependen). Kerangka dalam penulisan skripsi ini dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.8. Pengembangan Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian. Secara teknis hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji keberhasilannya berdasarkan data yang didapat dari sample penelitian. Dan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan parameter (populasi) yang akan diuji melalui statistik sample. Berdasarkan kajian teoritis, penelitian yang relevan dan kerangka berpikir diatas dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut :

2.8.1. Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Nilai Perusahaan

Jensen dan Meckling dalam Ningtias (2015:40) mengungkapkan bahwa teori agensi akan terjadi apabila proporsi kepemilikan manajer atas saham kurang

dari 100%. Sehingga manajer bertindak untuk mengejar kepentingannya sendiri dan tidak berdasarkan memaksimalkan nilai perusahaan dalam pengambilan keputusan khususnya keputusan pendanaan. Konflik kepentingan bisa saja terjadi karena adanya perbedaan kepentingan diantara pemilik perusahaan serta manajer, sehingga bisa terjadi ketidakseimbangan informasi atau asimetri informasi. Dari hal tersebut, manajer memiliki kecenderungan untuk memanipulasi informasi keuangan agar bisa sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan.

Teori agensi dapat menjelaskan peran agresivitas pajak pada nilai perusahaan. Pendelegasian wewenang yang dilakukan pihak prinsipal kepada agen akan menuntut agen untuk memberikan kinerjanya sebaik mungkin agar dapat meningkatkan performa perusahaannya. Oleh karena itu, manajemen berusaha untuk mengelola keuangan perusahaannya dengan baik dan efisien. Salah satu langkah efisiensi yang dilakukan yaitu dengan meminimalkan beban pajak, yang dianggap dapat mengurangi kemampuan ekonomis perusahaan. Sehingga manajemen termotivasi untuk melakukan agresivitas pajak agar dapat meminimalkan beban perusahaan, dengan begitu diharapkan laba perusahaan akan meningkat yang dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, agresivitas pajak ini juga dapat berisiko seperti timbulnya biaya dimasa mendatang serta mendapatkan sanksi dari fiskus yang dapat berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Wang dalam Beliza 2015).

Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ricky Zalkifli Putra Perdana (2014) menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Ayu dan Luh Gede

(2017) menyatakan hasil yang berbeda yaitu agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Agresivitas pajak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.2. Pengaruh *Capital Expenditure* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Brealey *et al* dalam Sofiamira dan Asandimitra (2017:198) Perusahaan yang melakukan investasi modal cenderung dapat menarik para investor karena diharapkan keputusan-keputusan investasi tersebut akan membawa keuntungan lebih besar di masa yang akan datang. Penggunaan *capital expenditure* sebagai keputusan investasi memberikan sinyal positif akan pertumbuhan perusahaan di masa mendatang yang kemudian direspon baik oleh para investor (Achmad dan Amanah dalam Sofiamira dan Asandimitra (2017:198)). Hal tersebut sesuai dengan *signaling theory* dimana keputusan investasi dapat memberikan sinyal positif bagi para investor. Hal ini dikarenakan dengan investasi tersebut para investor berharap bahwa pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang akan meningkat. Peningkatan pertumbuhan perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Dengan begitu nilai perusahaan pun akan meningkat secara beriringan. Selain itu, pengeluaran modal juga dapat mengoptimalkan arus kas perusahaan. Dengan optimalnya arus kas tersebut maka kinerja perusahaan serta pertumbuhan perusahaan di masa mendatang pun juga meningkat. Kinerja perusahaan yang baik dan meningkat juga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmiati dan Widya Sari (2013) dan Familia Umami (2015) menyatakan bahwa *capital expenditure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh werner dalam Rahmiati (2013) menyatakan hasil yang berbeda yaitu *capital expenditure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Capital expenditure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Menurut Jama'an dalam Suryani (2015:30) mengemukakan *Signalling theory* tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Teori sinyal merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan guna memberi gambaran terhadap investor mengenai prospek perusahaan (Brigham dan Houston dalam Ferina (2015:54).

Menurut Pratiwi dalam Nurminda dkk (2017), besarnya skala perusahaan akan direspon dengan peningkatan harga saham perusahaan yang mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aktiva perusahaan. Dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan signaling theory dimana ukuran perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi para investor.

Adapun penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yangs Analisa (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Aniela Nurminda *et. al.* (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2.8.4. Pengaruh Agresivitas pajak, *Capital Expenditure* dan Ukuran perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Pajak memiliki unsur memaksa mengakibatkan banyak perusahaan sebagai wajib pajak berusaha untuk melakukan praktik perlawanan pajak. Agresivitas pajak merupakan salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat usaha penghindaran pajak oleh wajib pajak. Agresivitas pajak merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan dalam upaya untuk mengoptimalkan biaya agar dapat mengecilkan nilai laba kena pajak perusahaan sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Penggunaan *capital expenditure* sebagai keputusan investasi memberikan sinyal positif akan pertumbuhan perusahaan di masa mendatang yang kemudian direspon baik oleh para investor. Hal ini dikarenakan dengan investasi tersebut para investor berharap pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang akan meningkat. Peningkatan pertumbuhan perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang baik. Dengan begitu nilai perusahaan pun akan meningkat secara beriringan.

Ukuran perusahaan merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai total aktiva perusahaan. Dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut karena perusahaan tersebut memiliki kondisi yang lebih stabil sehingga menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham perusahaan akan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai yang lebih besar. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₄ : Agresivitas Pajak, *Capital Expenditure* dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.