

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan memiliki tujuan dalam menjalankan kegiatan usaha. Perusahaan-perusahaan di Indonesia dari tahun ke tahun memiliki persaingan bisnis yang semakin ketat karena semakin banyak perusahaan baru yang didirikan. Perusahaan didirikan memiliki tujuan utama yaitu memaksimalkan kekayaan atau memaksimalkan Nilai Perusahaan. Dengan semakin banyak perusahaan baru yang didirikan, maka semakin meningkat pula persaingan manajemen perusahaan untuk menarik investor menanamkan modal pada perusahaan mereka untuk meningkatkan Nilai Perusahaan. Semakin tinggi Nilai Perusahaan, maka kemakmuran dan kesejahteraan pemegang saham akan semakin meningkat. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus meningkatkan Nilai Perusahaan mereka (Gunawan & Berliyanda, 2024).

Memaksimalkan Nilai Perusahaan sangat penting karena dengan begitu akan memaksimalkan kemakmuran bagi pemangku kepentingan perusahaan terutama pemegang saham dan hal ini menjadi tujuan perusahaan. Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang dapat dilihat dari peningkatan harga sahamnya (Gunawan & Berliyanda, 2024). Harga saham tinggi membuat Nilai Perusahaan juga tinggi dan menandakan bahwa pasar percaya akan kinerja perusahaan saat ini maupun kedepannya.

Berdasarkan Teori Sinyal dan Teori Legitimasi, pengungkapan informasi nonkeuangan, termasuk informasi lingkungan, dapat memberikan sinyal positif bagi pasar. Perusahaan yang secara transparan mengungkapkan emisi karbon dan menerapkan *Green Accounting* berpotensi meningkatkan citra serta reputasi, menarik investor berorientasi keberlanjutan, sehingga dapat meningkatkan Nilai Perusahaan (Setianingsih et al., 2025). *Green Accounting* dipakai seperti *model accounting* baru yang mempresentasikan agar poin metode *accounting* tidak semata-mata pada kesepakatan atau kegiatan mengenai keuangan (*financial profit*), tetapi juga di kesepakatan atau kejadian sosial dan *environment*. Bisa dikatakan *Green Accounting* ialah peraturan *accounting* yang berfokus tidak semata-mata hanya *accounting financial*, tetapi juga di pendataan dasar dan anggaran *environment* (Lako, 2019).

Nilai Perusahaan merupakan pandangan dari investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat Nilai Perusahaan tinggi, tidak hanya berfokus pada harga saham yang tinggi, perusahaan juga bisa membuat investor lebih tertarik untuk berinvestasi dengan cara meningkatkan kinerja perusahaan sehingga laba perusahaan juga akan meningkat. Nilai Perusahaan merupakan persepsi atau penilaian investor terhadap suatu perusahaan, dimana sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat Nilai Perusahaan juga tinggi. Nilai Perusahaan atau juga disebut dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Hanifah, 2017).

Nilai Perusahaan merupakan cerminan dari kondisi dan kekuatan fundamental perusahaan secara keseluruhan. Nilai ini menjadi salah satu indikator utama yang menunjukkan seberapa besar perusahaan dihargai oleh pasar. Penilaian nilai perusahaan penting karena mencerminkan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan di masa depan. Salah satu rasio yang umum digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan adalah rasio *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* menggambarkan perbandingan antara nilai pasar saham perusahaan dengan nilai bukunya. *Price to Book Value* yang tinggi menunjukkan bahwa pasar menghargai perusahaan lebih tinggi dari nilai aset bersihnya, yang dapat mengindikasikan ekspektasi positif terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Sebaliknya, *Price to Book Value* yang rendah bisa mencerminkan penilaian pasar yang kurang optimis.

Fenomena yang terjadi pada beberapa perusahaan menunjukkan bahwa kinerja keuangan yang baik tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan di pasar. Nilai perusahaan yang tercermin melalui rasio *Price to Book Value* (PBV) pada beberapa perusahaan justru berada di bawah rata-rata industri maupun nilai historisnya, meskipun perusahaan mencatatkan kinerja yang cukup baik.

Sebagai contoh, PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI) mencatatkan peningkatan laba bersih yang sangat signifikan pada tahun 2020. Laba bersih perusahaan mencapai Rp833,1 miliar, meningkat sekitar 294,6% dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar Rp211,1 miliar. Meskipun demikian, valuasi pasar perusahaan yang tercermin dari rasio PBV hanya berada pada kisaran 1,1 kali, lebih rendah dibandingkan rata-rata industri yang mencapai sekitar 3 kali. Bahkan nilai tersebut juga berada di bawah rata-rata PBV AALI selama tiga tahun terakhir yang sebesar 1,36 kali (Putra, 2020). Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja keuangan tidak secara otomatis meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

PT Mayora Indah Tbk. memiliki kinerja cukup bagus ditengah pandemi Covid-19. MYOR mencatat peningkatan penjualan sebanyak 13.12% menjadi Rp 19,88 triliun periode Januari-September 2021. Jumlah ini meningkat dari Rp 17,58 triliun yang dicetak pada periode yang sama tahun lalu. tetapi harga saham MYOR turun 620 poin atau 21,53%. Saham MYOR dijual dengan target harga Rp 2.070. Hal ini sejalan dengan proyeksi pendapatan yang lebih rendah karena inflasi biaya. Mayora Indah mencatat penurunan laba bersih dari 30% menjadi Rp 977,93 miliar, padahal pada periode yang sama tahun lalu MYOR memperoleh laba bersih Rp 1,55 triliun (Puspitasari, 2021).

Kondisi serupa juga dialami oleh PT Japfa Comfeed Tbk (JPFA) yang membukukan laba bersih sebesar Rp 2,02 triliun pada tahun 2021, meroket 120,6% pada perolehan laba bersih JPFA tahun sebelumnya sebesar Rp 916,71 miliar. Kinerja cemerlang JPFA ini mayoritas ditopang oleh penjualan komersial, namun pada awal tahun berjalan, harga saham JPFA turun dan menyentuh di angka Rp 1.360. (Rabbi, 2022).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa peningkatan maupun penurunan kinerja keuangan perusahaan tidak selalu diikuti oleh perubahan nilai perusahaan di pasar. Kondisi ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor lain di luar kinerja keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti praktik keberlanjutan perusahaan, pengungkapan informasi lingkungan, serta penerapan akuntansi yang berorientasi pada lingkungan. Nilai Perusahaan yang tercermin pada harga saham tidak berbanding lurus dengan kinerja perusahaan. Beberapa perusahaan tercatat mengalami penurunan harga saham di saat kinerja perusahaan meningkat. penurunan harga saham tersebut akan ikut mempengaruhi nilai perusahaan karena harga saham merupakan metrik yang digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik seharusnya mampu meningkatkan nilai perusahaan karena menjadi pandangan positif dari pihak investor.

Fenomena tersebut tercermin dari melemahnya *Price to Book Value* (PBV) pada beberapa perusahaan. PBV menggambarkan sejauh mana pasar menghargai nilai buku perusahaan. Semakin rendah PBV, semakin rendah pula apresiasi pasar terhadap nilai perusahaan di masa depan. Ketika PBV turun hingga berada di bawah satu, hal ini menandakan bahwa nilai pasar perusahaan telah berada di bawah nilai bukunya, yang mencerminkan berkurangnya kepercayaan investor serta ekspektasi negatif terhadap kinerja dan keberlanjutan bisnis perusahaan. Dengan demikian, PBV menjadi indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan salah satu pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi, karena mencerminkan apakah suatu perusahaan dinilai layak dan menarik untuk diinvestasikan. Nilai perusahaan pada dasarnya merupakan perbandingan antara harga per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Oleh karena itu, perubahan harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan karena harga saham dapat dikatakan sebagai salah satu indikator penting dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan.

Dalam beberapa tahun terakhir, khususnya pada periode 2021–2025, perusahaan di Indonesia menghadapi tantangan yang semakin kompleks akibat pandemi COVID-19, tekanan pemulihan ekonomi, serta meningkatnya tuntutan investor terhadap transparansi dan keberlanjutan usaha. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada pencapaian kinerja keuangan jangka pendek, tetapi juga pada praktik bisnis yang berkelanjutan.

Faktor pertama salah satu bentuk komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan adalah penerapan *Green Accounting*. *Green Accounting* mencerminkan upaya perusahaan dalam mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam sistem akuntansi dan pelaporan keuangan. Penerapan *Green Accounting* diharapkan dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, sehingga berdampak positif terhadap kepercayaan investor dan nilai perusahaan (Almunawwaroh et al., 2022). Peran *Green Accounting* yaitu untuk mengatasi masalah lingkungan serta mempengaruhi perilaku perusahaan dalam menghadapi isu tanggung jawab sosial (Lako, 2018). Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan yaitu melalui peduli lingkungan, keterlibatan lingkungan, laporan lingkungan serta audit lingkungan. Peduli lingkungan dan keterlibatan lingkungan bisa dilihat dalam kinerja lingkungan suatu perusahaan sedangkan laporan lingkungan bisa dilihat melalui biaya lingkungan yang ada dalam perusahaan (Gustinya, SE., M.Ak., 2022). Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *Green Accounting* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan (Selvia & Virna Sulfitri, 2023), sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa *Green Accounting* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Setianingsih et al., 2025).

Faktor kedua yang mempengaruhi Nilai Perusahaan adalah *Cash Holding*. *Cash Holding* merupakan kas yang ditahan oleh perusahaan untuk memenuhi kegiatan operasional perusahaan. Sangat penting bagi suatu perusahaan untuk menentukan tingkat *Cash Holding* yang optimal untuk menunjang aktivitas operasional perusahaan. Tingkat *Cash Holding* yang terlalu tinggi dapat menyebabkan perusahaan kehilangan kesempatan berinvestasi dan memperoleh *return*, sedangkan tingkat *Cash Holding* yang terlalu rendah dapat mengganggu kegiatan pembiayaan perusahaan yang

berakibat pada kesulitan melunasi kewajiban jangka pendek perusahaan. Perusahaan yang tidak menyediakan kas yang cukup akan mengakibatkan perusahaan kesulitan dalam membayar utang yang berujung pada penjualan aset. Perusahaan harus mempertahankan *Cash Holding* agar dapat hidup berkesinambungan sehingga dapat meningkatkan Nilai Perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *Cash Holding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Kristiningrum S. & Anton, 2024), sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa *Cash Holding* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Rahmaniar & Fitriani Rizky, 2022).

Faktor ketiga yang mempengaruhi Nilai Perusahaan adalah *Sales Growth*. *Sales Growth* dianggap mampu mempengaruhi Nilai Perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat *Sales Growth* yang rendah menggambarkan ketidakberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualannya. Perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan penjualan yang tinggi maka perusahaan tersebut telah berhasil dalam penerapan strategi penjualannya. Semakin tinggi tingkat *Sales Growth*, maka semakin besar pula laba yang didapatkan dari hasil penjualan dan semakin tinggi pula Nilai Perusahaan. Sebaliknya apabila tingkat pertumbuhan penjualan rendah dan jika terjadi secara terus menerus maka dapat menurunkan Nilai Perusahaan. Penelitian sebelumnya memperoleh hasil bahwa *Sales Growth* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Novita Parasian Manurung & Diana Hasyim, 2024), sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa *Sales Growth* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Yasin et al., 2022)

Faktor keempat yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Tax Avoidance. Tax Avoidance di proksikan dengan *Earning Tax Ratio* (ETR) yang digunakan untuk menghitung tarif pajak paling efektif bagi perusahaan. Tax Avoidance merupakan suatu tindakan yang legal. Tax Avoidance sering disebut dengan Penghindaran Pajak. Penghindaran pajak dilakukan dengan tujuan memperkecil jumlah pajak yang dibayarkan untuk meningkatkan laba perusahaan dengan harapan dapat meningkatkan Nilai Perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya menyatakan bahwa penghindaran pajak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Asma'ul Fauziyah & Desy Ismah Anggraini, 2025). Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa penghindaran pajak tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Dewi & Wulandari, 2025)

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas serta perbedaan hasil penelitian terdahulu, kebaruan penelitian ini terletak pada kombinasi variabel yang digunakan, yaitu *Green Accounting*, *Cash Holding*, *Sales Growth*, dan *Tax Avoidance* yang dianalisis secara simultan maupun parsial terhadap Nilai Perusahaan. Selain itu, penelitian ini berfokus pada perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical. Penggunaan ETR sebagai indikator penghindaran pajak dalam satu model bersama variabel pasar juga memberikan perspektif baru mengenai bagaimana strategi pajak dipersepsikan investor. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kombinasi variabel, konteks periode, dan pendekatan empiris yang berbeda dari studi sebelumnya yang berhubungan dengan Nilai Perusahaan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh *Green Accounting*, *Cash Holding*, *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2025**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Green Accounting* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2025?
2. Apakah *Cash Holding* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2025?
3. Apakah *Sales Growth* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2025?
4. Apakah *Tax Avoidance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2025?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan *Price Book Value* (PBV)
2. Variabel independen yaitu:
 - a. *Green Accounting*
 - b. *Cash Holding*
 - c. *Sales Growth*
 - d. *Tax Avoidance* yang diproksikan dengan Effective Tax Rates (ETR)
3. Objek penelitian yaitu Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
4. Periode penelitian adalah tahun 2021-2025

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh *Green Accounting* secara simultan maupun parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor consumer non cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025.
2. Untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh *Cash Holding* secara simultan maupun parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor consumer non cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025.
3. Untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh *Sales Growth* secara simultan maupun parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor consumer non cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025.
4. Untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh *Tax Avoidance* secara simultan maupun parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor consumer non cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan mengenai pengaruh *Green Accounting*, *Cash Holding*, *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan fungsi mereka dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan Nilai Perusahaan.
2. Bagi Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan referensi mengenai kebijakan yang akan diambil perusahaan sehubungan dengan memaksimalkan Nilai Perusahaan yang dipengaruhi oleh *Green Accounting*, *Cash Holding*, *Sales Growth* dan *Tax Avoidance*.
3. Bagi Investor dan Calon Investor
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan yang bisa membantu investor dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan untuk berinvestasi serta sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yang dilaporkan.
4. Bagi Universitas Prima Indonesia
Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi dan data tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang akuntansi keuangan di masa yang akan datang.
5. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, gambaran, dan bukti-bukti empiris mengenai pengaruh *Green Accounting*, *Cash Holding*, *Sales Growth* dan *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan consumer non cyclicals, juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian dimasa mendatang dan dilakukan penelitian lebih lanjut dengan variabel, objek perusahaan dan periode yang berbeda.