

BAB I

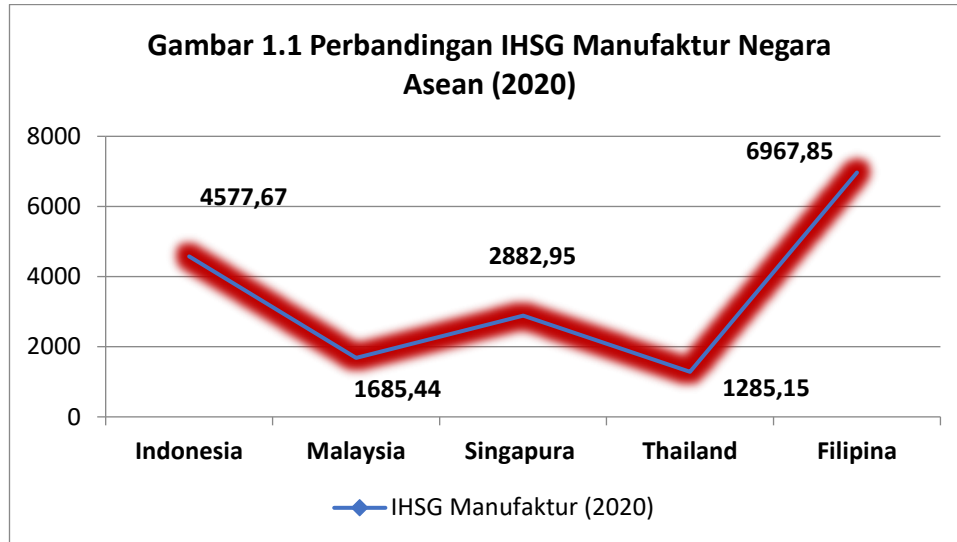
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena yang terjadi sekarang salah satu sektor komersial yang sedang mengalami *booming* dan perkembangan yang pesat adalah sektor usaha barang *consumer goods*. Ini disebabkan kuartal bisnis produk *consumer goods* adalah bisnis yang sangat penting guna seluruh masyarakat karena menghasilkan produk yang banyak dikonsumsi melalui sarana masyarakat, dalam kondisi ekonomi global saat ini, persaingan antar perusahaan industri sangatlah ketat tidak hanya pada persaingan domestik namun juga persaingan Internasional, dengan adanya persaingan ini perusahaan dituntut harus dapat meningkatkan kinerjanya agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Tampaknya ada banyak bidang ekonomi yang dilaporkan protektif atau kebal terhadap wabah Covid-19 di tengahnya. Salah satunya adalah industri produk konsumen, khususnya yang bergerak di bidang fast moving retail goods (FMCG) (Kontan.co.id-Jakarta,2020).

Pertumbuhan Sektor *consumer goods industry* Meski pasar investor Covid-19 di Indonesia meningkat 22 persen dari tahun sebelumnya, jumlah investor pada 2020 diperkirakan capai 3,02 juta. Pada tahun 2020, Bursa Efek Indonesia akan jadi pasar saham baru (IPO) paling aktif di Asia. Hal ini berdampak pada peningkatan frekuensi rata-rata sebesar 619 miliar rupiah setiap harinya (BEI, 2020). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya bagi orang-orang dari seluruh dunia untuk mendukung bisnis di Indonesia. Sehingga penyandang dana akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki rekam jejak yang baik. Pemegang saham yang ingin meningkatkan keuntungannya perlu melakukan penelitian dan pengambilan keputusan, apakah indeks harga saham terdampak cukup signifikan, terutama di sektor *consumer goods industry* di Indonesia. Kondisi Indeks Harga saham sebagai ukuran persepsi investor dalam menilai perusahaan terlebih dalam kondisi pandemi Covid-19. Artinya nilai perusahaan di sebuah Negara dapat dikatakan baik dan cukup *defensive* di pasar modal harus memiliki pertumbuhan indeks Indeks saham perusahaan yang bersaing.

Perbandingan nilai perusahaan manufaktur *consumer goods* di Indonesia berdasarkan IHSG (*Indeks Harga Saham Gabungan*) dibandingkan negara tetangga (*Asean*) .



Sumber : Bursa Efek Indonesia BEI (Data diolah, 2021)

Gambar 1.1 Perbandingan IHSG Manufaktur

Grafik diatas menunjukkan bahwa di masa pandemi Covid-19, kondisi indeks harga saham di bursa lima negara ASEAN pada kisaran 3.479,81. Kondisi IHSG Indonesia menunjukkan angka 4.577,67 dan hal itu menunjukkan pergerakan *trend* yang baik dibandingkan negara tetangga, namun masih diatas IHSG negara filipina. Grafik di atas juga memaparkan fakta bahwa setelah berita pengenalan vaksin Sinovac di Indonesia di 6 Desember 2020, IHSG melonjak 2,07% dan terus naik hingga akhir Desember 2020. Hal ini dikarenakan keinginan pemegang saham untuk mengakuisisi saham. untuk mengantisipasi debut vaksin di Indonesia (Yahoo Finance, 2021).

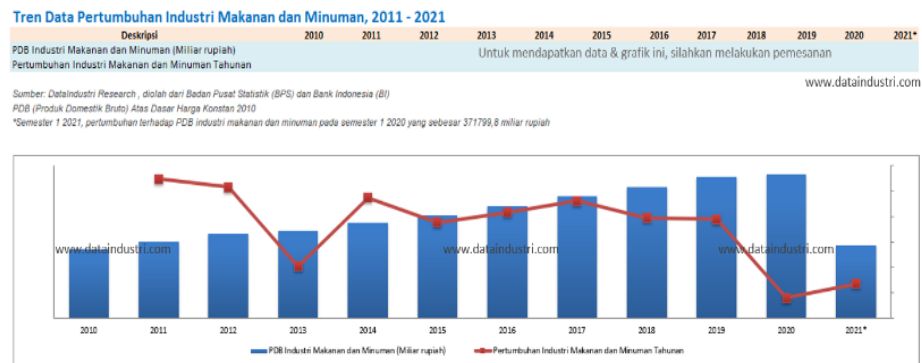
Penurunan minat dalam consumer goods industry disebabkan oleh sentimen terhadap vaksin yang sampai di Indonesia. Lebih lanjut mengenai sentimen tersebut telah menciptakan stigma jika aktivitas sehari-hari dapat kembali normal diikuti pemulihan ekonomi dalam sektor terdampak selama masa pandemi Covid-19 yaitu ritel, komoditas, perbankan dan lainnya. Pemulihan yang dimaksud tersebut dapat menyebabkan investor menarik diri dari sektor consumer goods yang berdampak kepada penurunan harga saham. Menurut Yahoo Finance, semenjak rilis pengumuman vaksin sinovac di Indonesia 6 Desember lalu, sektor consumer goods

menurun sebesar 9.53% (Yahoo Finance, 2021).

Namun demikian, faktanya selama pandemi Covid-19 berlangsung, sektor consumer goods industry menjadi esktor yang defensif. Hal tersebut disebabkan oleh kebutuhan masyarakat yang bersifat sangat cepat. BEI (2020) dalam datanya mendeteksi penurunan sejumlah 19.17% dalam kinerja indeks barang konsumsi sepanjang Q1/2020. Penurunan tersebut masih tergolong perununan terkecil apabila dibandingkan dengan 8 sector lainnya.

Pangsa pasar ini telah mendukung peningkatan kinerja perusahaan makanan dan minuman secara keseluruhan, termasuk produsen makanan, terutama berdasarkan catatan dari [www.data industri.com](http://www.dataindustri.com), Sepanjang tahun 2020, kinerja perusahaan makanan dan minuman secara keseluruhan mengalami peningkatan kualitas yang tinggi. lima puluh delapan persen. Meski tetap menunjukkan kualitas dan kinerja keseluruhan yang lebih tinggi dari berbagai sektor komersial lainnya yang mengalami kinerja buruk secara keseluruhan, peningkatan perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2020 masih tetap lebih kecil dibandingkan peningkatan perusahaan makanan dan minuman pada tahun 2019 dan sebelumnya. Tren data pertumbuhan industri makanan dan minuman setiap tahunnya, mulai 2011 – 2021.

Tren data Pertumbuhan Industri makan dan Minuman,2020-2021



Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman, 2010 – 2021



Sumber : [www.data industri.com](http://www.dataindustri.com) (2021)

Gambar 1.2 Tren data pertumbuhan Industri makan dan Minuman

Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia bahwa Emiten Saham Makanan dan Minuman yang dapat mengalahkan pasar saham emiten consumer goods seringkali dianggap saham defensive. Istilah defensive sendiri telah menjadi citra mereka karena bisnis emiten ini bekerja dalam bidang kebutuhan primer juga sekunder.

Pertumbuhan Saham Industri makan dan Minuman,2020-2021



Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI)

Gambar 1.3. Pertumbuhan Saham Industri makan dan Minuman,2020-2021

Perkembangan Indeks Sektor Tahun 2020



Sumber : Ojk.go.id ,2020.

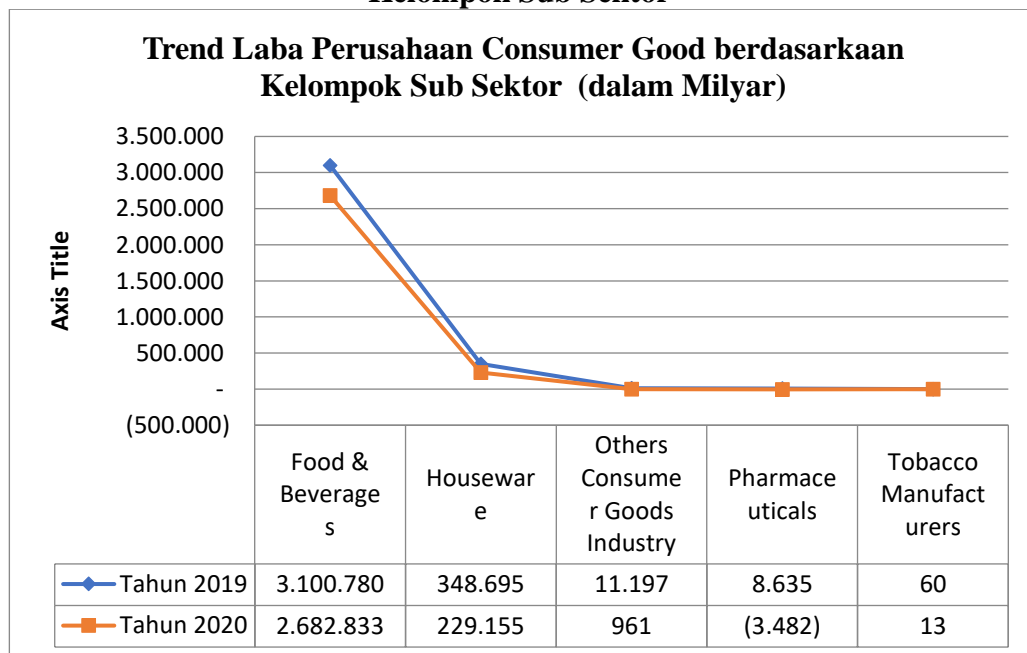
Gambar 1.4. Perkembangan Indeks Sektor Tahun 2020

Sebuah perusahaan bertujuan mengoptimalkan harta yang mereka miliki untuk meningkatkan nilai perusahaan tersebut melalui keuntungan yang diperoleh. Nilai perusahaan dapat berupa pandangan investor mengenai kesuksesan yang

dilihat dari harga saham. Harga saham yang melambung dapat meningkatkan nilai perusahaan (Suranto, 2017). Keuntungan memiliki perusahaan bernilai tinggi adalah mereka dapat mendapatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja serta prospeknya di masa yang akan datang.

Isu utama yang sering ditemukan pada riset seperti ini adalah menurunnya harga saham di perusahaan consumer good industry pada periode 2020 yang dinilai cukup drastis namun masih berpotensi tinggi. Hal ini dapat dilihat dari historical atau perkembangan laba perusahaan *consumer goods industry* berdasarkan Sub sektor secara signifikan memiliki laba yang negatif. Penurunan laba perusahaan terjadi selama masa pandemi periode tahun 2019 sampai dengan 2020. Adapun jumlah perusahaan Consumer Goods yang terdaftar BEI sebanyak 70 perusahaan yang dikelompokkan menjadi 5 (lima) sub sektor yaitu *Food & Beverages*, *Houseware*, *Pharmaceutical*, *Tobacco Manufacturers* dan *Others Consumer Goods Industry*. Sebagian besar sebanyak 32 (48%) perusahaan dari 70 perusahaan *consumer goods industry* mengalami perolehan laba negatif sepanjang masa pandemi covid-19 tahun 2019-2020. Gambaran laba negatif pada 32 perusahaan *Consumer Goods Industry* dapat dilihat pada table berikut:

Trend Laba Perusahaan Consumer Good Berdasarkan Kelompok Sub Sektor



Sumber : 30 perusahaan *Consumer Goods Industry* (BEI)

Gambar 1.5 Trend Laba Perusahaan Consumer Goods

Berdasarkan Gambar 1,4 diperoleh temuan bahwa sebagian besar sub sektor perusahaan *Consumer Goods Industry* mengalami nilai laba negatif yaitu perusahaan *Food & Beverages* tahun 2019 mencapai sales growth sebesar 3.100.780 Milyar turun 14% dibandingkan tahun 2020 mencapai 2.682.833 Milyar, perusahaan *Houseware* tahun 2019 mencapai sales growth sebesar 348.695 Milyar turun 34% dibandingkan tahun 2020 mencapai 229.155 Milyar, perusahaan *Pharmaceutical* tahun 2019 mencapai sales growth sebesar 11.197 Milyar turun 91% dibandingkan tahun 2020 mencapai 961 Milyar, perusahaan *Tobacco Manufacturers* tahun 2019 mencapai sales growth sebesar 8.635 Milyar turun 160% dibandingkan tahun 2020 mencapai -.3.482 Milyar dan perusahaan sub sektor *Consumer Goods Industry* lainnya tahun 2019 hanya turun laba 72% dibandingkan tahun 2020. Berdasarkan fenomena tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan *Consumer Goods Industry* mengalami penurunan laba yang menyebabkan nilai perusahaan juga negatif.

Dalam riset yang dilakukan Mirrae Asset Sekuritas Indonesia, diketahui perkembangan industri consumer goods nasional pada 2020 silam melambat. Sejumlah factor yang menyebabkan kelambatan tersebut adalah persaingan dinatara perusahaan lokal maupun impor yang ketat untuk menarik minat masyarakat di masa pandemi Covid-19. Selain itu juga terdapat pergeseran pilihan konsumen yang awalnya ada pada FMCG ke produk non FMCG.

Perlambatan yang dideskripsikan sebelumnya terlihat dari kinerja sejumlah emiten di BEI Tahun 2020, Pt Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang mengalami penurunan kinerja sebesar 19,7%, PT CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) yang mengalami penurunan saham sejumlah 3,57% dan PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) yang mengalami penurunan sejumlah 20,23%. Dari survei yang diadakan BI, indeks penjualan riil secara jelas memaparkan lemahnya pertumbuhan pada tahun-tahun yang telah lalu seiring melambatnya industri FMCG (BEI, 2020).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perusahaan pun harus mengupayakan strategi untuk potensi industri agar harga agensi dapat menawarkan kemakmuran bagi sebagian besar pemegang saham jika persentase meningkat. Semakin baik tingkat persentase suatu agensi, semakin baik kemakmuran pemegang saham. *Enterprise Value* (EV) atau juga disebut sebagai harga

perusahaan (*agency price*) adalah ide penting bagi pembeli, karena itu adalah merek dagang bagi pasar untuk menilai agensi secara keseluruhan. Investor bisa dilaksanakan pemilihan pendanaan di pasar modal menginginkan fakta tentang penilaian persediaan. Ada 3 gaya penilaian yang terkait dengan saham, khususnya harga, harga pasar dan harga intrinsik. Harga buku adalah harga saham sesuai dengan pembukuan penerbit. Harga pasar adalah harga saham di dalam pasar persediaan dan harga intrinsik adalah harga sebenarnya dari saham. Investor ingin menyadari dan mengenali 3 nilai tersebut sebagai fakta penting dalam melakukan pemilihan dana persediaan sebab bisa membantu pembeli guna mengetahui saham mana yang sedang berkembang dan murah (Kurniasih, 2017).

Patokan yang sering digunakan dalam pengukuran nilai perusahaan ialah price books values, yang merupakan hasil akhir dari penilaian diantara biaya persediaan dengan saham. Apabila price books value membaik, maka semakin baik pula kemakmuran investor. Gultom et. Al. (2013), Asiri (2015) serta Karaca dan Savsar (2015) berpendapat bahwa likuiditas, profitabilitas, bentuk modal, berpengaruh terhadap harga organisasi. Sejalan dengan Purnomo et al. (2013) dan Manurung (2016), biaya pun berpengaruh pada harga organisasi. Hal serupa pada 2017 lalu juga terjadi dimana keuangan melemah dan melambatkan daya beli masyarakat. Perlambatan tersebut berdampak pada perusahaan produsen, khususnya bidang makanan dan minuman. Ketua Umum Gapmmi, Adhi S. Lukman mengeluarkan pernyataan yang berbunyi bahwa pada awal 12 bulan ini terdapat perlambatan di sektor mamin. Tetapi, hal ini tidak selalu disebabkan oleh rendahnya daya beli masyarakat, namun mental berdampak pada kondisi zaman sekarang.

CNN Indonesia (2017) memberikan informasi Seperti halnya fenomena lainnya, khususnya harga perdagangan rupiah terhadap dolar Amerika Serikat (AS) yang mengalami pelemahan pada tahun 2018. Salah satu sektor ekonomi yang terpukul keras melalui contoh ini menjadi perusahaan makanan dan minuman (mamin), sependapat dengan Ketua Gabungan Pengusaha *Food and Beverages* Seluruh Indonesia (Gapmmi).

Berdasarkan informasi yang dilansir melalui Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), pendanaan di dalam wilayah usaha produksi pada perjalanan wilayah primer tahun 2018 mencapai Rp 62,7 triliun. Perhatian itu terdiri dari

pendanaan dalam negeri yang sangat bagus senilai Rp 21,4 triliun dan pendanaan luar negeri sebesar US\$ 3,1 miliar (Rafael, Eldo Christoffel. 2018), Jika tren ini diabaikan, penilaian investor terhadap perusahaan akan semakin buruk. Pastinya hal tersebut bukanlah yang diharapkan perusahaan, pada risestini sejumlah factor yang berdampak kepada nilai perusahaan adalah penghindaran pajak (*Tax Avoidance*), *Corporate Governance* (GCG), *financial leverage* dan manajemen risiko.

Factor lain yang dapat berpengaruh kepada nilai perusahaan adalah penghindaran pajak (*Tax Avoidance*). Tindakan menghindari dikenakannya pajak tanpa melanggar peraturan ini berhubungan dengan nilai perusahaan. Penghindaran pajak dianggap sah karena berbagai alasan yang rumit nan unik ini di satu sisi disahkan, namun di sisi lain penghindaran pajak tidak diinginkan (Rani, 2018). Tindakan penghindaran pajak dapat berdampak pada nilai perusahaan. Sisi lain dari faktor-faktor yang pengaruhi terbentuknya penghindaran pajak karena adanya *sales growth* dan profitabilitas sebagai data Kontrol. Tujuan penggunaan data kontrol adalah untuk mengetahui apakah data dari objek yang diteliti memiliki karakteristik yang berbeda (atau memiliki karakter tertentu). *Sales growth* memiliki hubungan penghindaran pajak. Korelasi diantara keduanya terlihat pada peran pertumbuhan penjualan atas penghindaran pajak. Manajemen perusahaan akan mengambil langkah penghindaran pajak karena *sales growth* yang tinggi. Artinya *sales growth* berhubungan positif dengan penghindaran pajak. Hubungannya bisa dilihat dari pertumbuhan penjualan yang berfungsi sebagai tanda pertumbuhan suatu perusahaan (Braga, 2017).

Data kontrol yang kedua yang juga dapat mempengaruhi secara tidak langsung terhadap penghindaran pajak adalah profitabilitas. Bertambahnya keuntungan perusahaan mengindikasikan meningkatnya laba bersih dan beban pajaknya yang juga meningkat (Frida, 2021). Riset oleh Darmawan dan Sukartha (2014), Dewi dan Naniek (2017), Ganiswari (2019), serta Rahmadani dan Erwin (2020) menghasilkan kesimpulan bahwa meningkatnya keuntungan dapat memperbesar kemungkinan terjadinya tindakan penghindaran pajak yang didasari pendapatan laba yang membesar dapat membuat perusahaan mengambil kesempatan dalam kelemahan di sistem pengelolaan pajaknya.

Penghindaran pajak merupakan kegiatan yang dapat memfasilitasi manajemen oportunistik seperti manipulasi laba dan dapat menimbulkan risiko bagi pemilik usaha. Ketika manajemen membuat keputusan operasional, manajemen mengabaikan kepentingan pemilik. Kondisi ini akan menyebabkan pemilik perusahaan menghadapi beberapa risiko terkait penghindaran pajak, juga berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Syura, 2020). Dengan kata lain, penghindaran pajak akan mencerminkan transfer sumber daya yang diberikan pemerintah untuk investor. Konflik keagenan diantara management dengan investor meningkatkan kemungkinan penyimpangan manajerial yang berdampak tidak baik bagi nilai perusahaan (Widyanto C. R., 2019). Artinya penghindaran pajak berkaitan dengan penurunan nilai perusahaan (Yee, 2018). Hal ini dikarenakan penghindaran pajak memiliki risiko yang mengakibatkan biaya yang harus ditanggung oleh pemegang saham. Sehingga pemegang saham dan investor akan bereaksi negatif pada nilai perusahaan.

Aspek selanjutnya yang pengaruhi nilai perusahaan ialah bahwa “*Good Corporate Governance*” memiliki dampak saling percaya antara pemerintah, masyarakat, dan pihak non-publik terutama didasarkan sepenuhnya pada gagasan transparansi, tanggung jawab dan partisipasi. keterkaitan pemangku kepentingan, warga negara, dan perusahaan global adalah situasi penting untuk implementasi kebijakan yang sukses. Pengambilan pilihan kebijakan diputuskan melalui energi yang dimiliki, namun bertumpu pada keterlibatan para aktor di dalamnya. Hidupnya bencana moneter instansi karena dampak Covid-19 sebagai bukti rentannya penerapan GCG dalam penanganan instansi.

Penerapan GCG diklasifikasikan melalui dimensi keagenan, jauh dianggap berpengaruh pada biaya keagenan karena semakin besar dimensi keagenan maka semakin sulit jauh bagi agensi untuk menuai. aset kembali investasi yang dapat digunakan untuk memperoleh tujuan agensi. Namun akan menyebabkan banyak utang karena ancaman lembaga dalam menikmati kewajibannya mungkin sangat kecil (Indriyani, 2017).

Dalam riset yang dilakukan oleh Saputra, Nurani & Rafiq (2018) terdapat penemuan dimana tata kelola perusahaan dapat mendongkrak nilai perusahaan. Kondisi tersebut menimbulkan munculnya kepercayaan investor terkait nilai perusahaan, maka nilai perusahaan dapat mengalami peningkatan (Setiadi et al.,

2017). Artinya *proporsi corporate governance* dalam perusahaan merupakan bagian penting bagi pemegang saham (Afiani & Hernawati, 2019). Hal tersebut dikarenakan para investor menuntut pengawasan kinerja direksi untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan. Pengawasan tersebut dapat memancing reaksi dari para pemegang saham di pasar saham yang juga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Financial Leverage*, hubungan tersebut dapat dilihat dari peran financial leverage pada nilai perusahaan, menurut (Ramadhan, 2015) bahwa Leverage keuangan adalah proporsi sumber pendanaan perusahaan yang berasal dari hutang perusahaan. Utang tersebut akan digunakan sebagai sumber tambahan dana perusahaan untuk operasional perusahaan. Perusahaan yang memiliki porsi *financial leverage* yang tinggi, maka terkendala dalam melunasi bunga dan pokoknya. Sehingga menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya memperlihatkan *leverage* berdampak pada penurunan nilai perusahaan, ini sebab *financial leverage* memiliki konsekuensi bagi pihak di luar perusahaan. kondisi ini akan mengkhawatirkan bagi pemegang saham dan investor di bursa. kekhawatiran ini akan dikaitkan dengan penurunan nilai perusahaan (Ramadhan, 2015). Artinya *financial leverage* berhubungan dengan penurunan nilai perusahaan (Fosu, Danso, Ahmad, & Coffee, 2016). Hal ini karena pelaku pasar tidak mau menanggung risiko *financial leverage* bahkan beban bunga dan pokok pinjaman juga akan mengurangi modal perusahaan jika perusahaan tidak berhasil mengelola leverage yang terkait dengan mengurangi nilai perusahaan.

Aspek selanjutnya yang mempengaruhi biaya bisnis adalah pengendalian risiko. Pengendalian risiko memiliki banyak taktik peluang untuk berbagai jenis bahaya dalam menghitung kebutuhan modal (Goyal, 2015). Perusahaan pada pengendalian risiko memakai 8 jenis kritik profil bahaya yang perlu dikendalikan dan dilaporkan, antara lain: penilaian bahaya kredit, pasar, operasional, likuiditas, hukum, strategi, popularitas dan kepatuhan. Perangkat lunak pengendalian bahaya telah menjadi kebutuhan bagi perusahaan global untuk meningkatkan kinerja perusahaan bisnis. Pengendalian pengendalian risiko dapat dilakukan melalui prosedur identifikasi, ukuran, pemantauan, manipulasi bahaya dan sistem data pengendalian bahaya (Goyal, 2010). Besaran risiko yang ingin dicapai sesuai

dengan sifat dan kompleksitas kegiatan perusahaan. Manipulasi risiko didukung melalui sarana efektivitas pelaksanaan pengendalian bahaya keinginan untuk mengingat hasil ukuran bahaya dan pemantauan.

Sejumlah referensi yang ditinjau penulis sudah dilakukan terkait topik yang diangkat. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Asy Syura (2020) yang menggunakan *GCG*, *Financial Leverage* dan *Sales Growth* sebagai variabel independennya. Sedangkan *Tax Avoidance* sebagai variabel intervening. temuan penelitian tersebut menunjukkan *corporate governance*, *financial leverage* dan *sales growth* berdampak pada penghindaran pajak dan tata kelola perusahaan, leverage keuangan dan pertumbuhan penjualan mempengaruhi nilai perusahaan. Selanjutnya, penghindaran pajak secara parsial bisa memediasi pengaruh *financial leverage* dan pertumbuhan penjualan pada nilai perusahaan. Sedangkan penghindaran pajak sepenuhnya memediasi pengaruh *corporate governance* pada nilai perusahaan.

Di sisi lain, ada juga beberapa penelitian yang membahas dampak krisis terhadap kinerja keuangan dan potensi kebangkrutan. Diantaranya adalah Istiningrum yang menguji dampak krisis moneter 1998 pada kinerja keuangan perusahaan jasa di Bursa Efek Jakarta yang menunjukkan perbedaan signifikan dengan krisis rasio profitabilitas, ROA, ROE, NPM (Istiningrum, 2016). Namun, di sisi lain, penelitian Pranoto (2011) justru mengungkapkan bahwa krisis moneter 1998 tidak memberikan perbedaan yang signifikan terhadap ROA, ROE, dan NPM perusahaan. Selain itu, Yulius & Sugiono (2016) juga melakukan analisis deskriptif potensi kebangkrutan perusahaan pada saat krisis 2008 dengan menggunakan analisis Altman z-score, hasil penelitian menunjukkan bahwa z-score mengalami penurunan selama krisis keuangan 2008 sebelum dinyatakan pailit (Yulius & Sugiyono, 2016).

Meskipun mayoritas penelitian menunjukkan hasil yang sama, yaitu output yang diperoleh dari tiap variabel ini berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Namun demikian masih terdapat kesimpangsiuran (*gap research*) hasil penelitian yang berbeda dengan pendapat Ramadhan (2015) dan penelitian Fosu, Danso, Ahmad, & Coffee (2016) yang juga melakukan penelitian serupa justru menemukan bahwa *financial leverage* berdampak pada penurunan nilai perusahaan atau berpengaruh negatif, artinya *financial leverage* berhubungan dengan penurunan nilai perusahaan.

Beragam perbedaan hasil penelitian diatas bahwa dari dampak krisis terhadap *financial performance* tersebut menjadikan pembahasan seputar dampak krisis pandemi covid-19 menarik untuk diteliti. Pasalnya, beberapa pemodal memang siap berinvestasi di industri barang konsumsi karena dinilai memiliki potensi yang tinggi. Akibatnya, kemungkinan besar akan memberikan manfaat yang signifikan sebagai imbalannya. Di tengah wabah Covid-19 yang sedang berlangsung, serta meningkatnya permintaan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, industri barang konsumsi menjadi salah satu pahlawan pasar ekuitas.

Berdasarkan gap penelitian di atas peneliti bermaksud untuk mengambil judul pengembangan model nilai perusahaan pada industri *consumer goods* dan *Tax Avoidance* sebagai intervening pada masa Pandemi Covid-19 (studi empiris pada perusahaan consumer goods yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020).

1.2 Batasan Masalah

Pada penulisan penelitian ini terdapat batasan masalah yang diambil oleh peneliti sendiri, sebagai berikut:

1. Usaha di pasar Produk Konsumen, khususnya sektor makanan dan minuman, industri kesehatan, industri kecantikan dan barang-barang rumah tangga, industri tembakau, dan industri produk rumah tangga. Sektor Consumer Goods dipilih karena paling tahan menghadapi pandemi Covid-19 dan kini menjadi salah satu pahlawan dalam keputusan investasi di tengah wabah Covid-19 saat ini, serta tingginya permintaan masyarakat guna penuhi kebutuhan sehari-hari.
2. Perusahaan yang menyajikan data komprehensif selama periode studi 2018-2020 dan terdaftar sebagai pelaku usaha di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari 2018 hingga 2019 dan mengungkapkan laporan kemajuan ekonominya secara berkala.
3. Variabel terikat yang digunakan pada risestini adalah price to book value (PBV) perusahaan, sedangkan variabel bebas yang digunakan adalah penerapan Good Corporate Governance (GCG) melalui komite audit, keanggotaan institusional, dan komite independen dan Financial Leverage diproteksi dengan DER. Untuk manajemen risiko diproksikan dengan

menggunakan indikator INDEKS ERM disclosure (ERMDI). Variabel intervening (Tax Avoidance) diproksikan CETR (*Cash Effective Tax Rate*).

1.3 Rumusan Masalah

Melalui paparan latar belakang, didapatkan perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh implementasi *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap nilai perusahaan pada Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19 ?
2. Apakah ada pengaruh *Financial Leverage* pada nilai perusahaan pada Industri *Consumer Goods* di masa pandemi Covid-19 ?
3. Apakah ada pengaruh manajemen risiko terhadap nilai perusahaan pada Industri *Consumer Goods* di masa pandemi Covid-19 ?
4. Apakah *Tax Avoidance* memoderasi *GCG* pada Nilai Perusahaan pada Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19 ?
5. Apakah *Tax Avoidance* dapat memoderasi *Financial Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19 ?
6. Apakah *Tax Avoidance* dapat memoderasi manajemen risiko terhadap Nilai Perusahaan pada Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19 ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian ini, yaitu:

1. Guna menganalisa dampak implementasi *Good Corporate Governance (GCG)* pada nilai perusahaan pada Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19.
2. Guna menganalisa pengaruh *Financial Leverage* pada nilai perusahaan pada Industri *Consumer Goods* di masa pandemi Covid-19.
3. Guna menganalisa pengaruh manajemen risiko pada nilai perusahaan pada Industri *Consumer Goods* di masa pandemi Covid-19.

4. Guna menganalisa model *Tax Avoidance* penelitian dapat memoderasi *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan di Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19.
5. Untuk menganalisa model *Tax Avoidance* penelitian dapat memoderasi *Financial Leverage* terhadap Nilai Perusahaan di Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19.
6. Untuk menganalisa model *Tax Avoidance* penelitian manajemen risiko dapat memoderasi terhadap Nilai Perusahaan di Industri *Consumer Goods* pada masa pandemi Covid-19.

1.5 Manfaat Hasil Penelitian

Mengikuti tujuan penelitian, riset ini diharapkan bisa membawa manfaat melalui aspek:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian untuk mengembangkan teori yang mampu memperluas pengetahuan dalam sektor Industri *Consumer Goods* serta mengembangkan dan memperkuat hasil penelitian – penelitian sebelumnya tentang nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Investor

Riset ini diharapkan bisa jadi sumber pelengkap untuk pemegang saham terkait nilai perusahaan untuk dijadikan pertimbangan merancang strategi investasi.

- b. Bagi Pemerintah

Riset ini diharapkan bisa jadi referensi dalam bahan kajian pemerintah saat membuat strategi kepatuhan wajib pajak badan terkait *Tax Avoidance* mengenai sektor Industri *Consumer Goods* yang terdampak Covid-19

- c. Bagi Perusahaan

Riset ini diharapkan dapat memberikan sumber acuan bagi management serta pengelolaan sumber daya perusahaan agar dapat menghasilkan nilai perusahaan yang lebih baik.