

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dalam perkembangan jangka panjangnya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan memengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2010:8).

Terkait hal ini seorang manajer perusahaan selalu menginginkan perusahaannya mendapatkan laba yang tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai kepercayaan publik terhadap perusahaan. Meningkatnya nilai suatu perusahaan atau kepercayaan publik terhadap perusahaan dapat ditandai juga dengan naiknya harga saham di pasar. Sedangkan penjelasan mengenai nilai perusahaan itu sendiri adalah suatu tolak ukur bagi para investor untuk menanamkan saham. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai seberapa baik atau buruk

manajemen mengelola kekayaannya, bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh.

Menurut Maharani (2015) perusahaan saling bersaing dalam upaya meningkatkan daya saing di berbagai sektor untuk dapat memperoleh laba semaksimal mungkin, sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Oleh sebab itu maka nilai perusahaan menjadi sangat penting untuk mencerminkan kinerja perusahaan sehingga dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi tingkat kemakmuran dari pemegang saham (Senda, 2013). Oleh karena itu peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang dicapai perusahaan, karena penilaian investor terhadap nilai perusahaan dapat diamati melalui harga saham perusahaan.

Perusahaan yang dikelola secara strategis pada umumnya memiliki tujuan laba, biasanya dinyatakan dalam bentuk laba persaham. Salah satu alat terpenting untuk menilai kekuatan dari suatu perusahaan adalah analisis keuangan, akan tetapi analisis ini tidak dapat secara otomatis dapat dijadikan asumsi untuk menilai kekuatan suatu organisasi, ada pendekatan lain yang tidak kalah penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan perbankan adalah salah satu industri yang ikut berperan serta dalam pasar modal, disamping industri lainnya seperti industri manufaktur, pertanian, perkembangan, properti dan lain-lain. Perusahaan perbankan merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*), selain

itu perusahaan perbankan juga sebagai lembaga yang memperlancar lalu lintas pembayaran. (Purnamasari,2016).

Bank dalam menjalankan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam berbagai alternatif investasi. Sehubungan dengan fungsi penghimpunan dana ini, bank sering pula disebut lembaga kepercayaan. Sejalan dengan karakteristik usahanya tersebut, maka bank merupakan suatu segmen usaha yang kegiatannya banyak diatur oleh pemerintah (Siamat, 2005:275).

Pada dasarnya bank sebagai lembaga intermediasi sering digunakan sebagai sarana atau sasaran untuk memperkaya diri sendiri, keluarga, atau kelompok tertentu secara melawan hukum yang pada akhirnya dapat mengakibatkan bank mengalami permasalahan struktural. Perbuatan tersebut dapat dilakukan baik oleh komisaris, direksi, pegawai, pihak terafiliasi, pemilik atau pemegang saham bank, atau pihak lain sehingga dapat menyebabkan turunnya tingkat kepercayaan masyarakat (*distrust*) terhadap sistem perbankan. (beritabeta,2019)

Peranan yang begitu besar ternyata berdampak pada munculnya berbagai penyimpangan baik yang dilakukan oleh pejabat bank yang memiliki otoritas tertentu sebagaimana yang dilakukan oleh Faradiba Yusuf yang mengakibatkan raibnya dana debitur dengan jumlah besar kurang lebih 124 milyar. Namun Hal ini perlu dibuktikan melalui suatu proses hukum yang dilaksanakan secara jujur dan taransparan. Kondisi ini tentu membutuhkan satu penanganan yang baik,

komprehensif, cepat dan memberikan rasa keadilan bagi masyarakat. (beritabeta,2019)

Oleh karena itu Perbankan Indonesia dalam menjalankan fungsinya berasaskan prinsip kehati-hatian. Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional, kearah peningkatan taraf hidup rakyat banyak.(Ojk ,2017).

Terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan dan dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan perbankan, antara lain *corporate social responcebility* , *leverage* dan *profitabilitas*. *Corpororate social responcebility* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan suatu kegiatan operasional suatu perusahaan perbankan, karena *corporate social responcebility* merupakan merupakan suatu program yang berisikan respons tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. (Syamsudin,2019)

Corporate Social Responsibility yang dapat mempengaruhi meningkatnya suatu nilai pada suatu perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan cara suatu perusahaan dalam mengelola usahanya yang tidak hanya berguna sebagaia kepentingan pemegang saham tetapi juga untuk pihakpihak diluar perusahaan seperti masyarakat atau komunitas lokal, pemerintah, para pekerja, lembaga swadaya masyarakat serta lingkungan. Semua pemegang saham ini mempunyai dampak

langsung maupun tidak langsung terhadap aktivitas perusahaan di sekitar lingkungannya (Grace, 2012).

Berdasarkan penelitian KT. Yeni Paramita Setianingsih et al., (2014) Secara umum dapat diartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, semakin tinggi penerapan *Corporate Social Responsibility* maka dapat meningkatkan kepercayaan investor sehingga nilai perusahaanpun ikut meningkat. Berbeda dengan KT. Yeni Paramita Setianingsih, Maharani (2015) berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak konsisten mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Hal ini dapat dikarenakan perusahaan tidak mensosialisasikan program *Corporate Social Responsibility* secara benar dan sebagian besar perusahaan hanya fokus pada sektor keuangan saja. Dari hasil tersebut juga dapat diartikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak merupakan faktor terpenting untuk dipertimbangkan oleh investor dalam penginvestasian dalam suatu perusahaan. Penelitian itu juga diperkuat oleh penelitian Santoso Wibowo et al.,(2016) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wardoyo dan Theodora Martina Veronica(2013) dewan komisaris, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut pendapat Rustiarini (2010) Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Perbankan adalah perusahaan yang dalam kegiatan usahanya tidak berkaitan langsung dengan eksploitasi sumber daya alam tetapi perannya dalam pengungkapan kegiatan CSR cukup signifikan yaitu sebesar 22% dengan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) hal ini menyamai jumlah pengungkapan dari perusahaan perbankan yang dalam kegiatan usahanya berkaitan dengan lingkungan, yaitu jumlah pengungkapannya sebesar 22%. Pemikiran yang melandasi adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini adalah bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (shareholder), tetapi juga memiliki tanggung jawab kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, supplier dan juga competitor (Rika dan Islahuddin, 2008 dalam Ramadhani dan Hadiprajitno, 2012).

Selain *Corporate social responsibility* adapun faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan perbankan yaitu *Leverage*. *Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektivitas penggunaan utang perusahaan (Prasetyorini, 2013). Sumber pendanaan dalam perusahaan dapat diperoleh dari internal perusahaan yang berupa laba ditahan (*retained earning*) dan penyusutan (*depreciation*). *Leverage* mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansial yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjang. *Leverage* merupakan

modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya bekerja sementara di dalam perusahaan, dan bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut adalah hutang, yang harus dikembalikan. Semakin tinggi hutang yang dimiliki, maka semakin kecil kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya kepada pemegang saham berupa dividen dan semakin buruk penilaian investor sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Dj dkk, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Tzeng (2011), Hermuningsih (2013) menemukan leverage berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa leverage yang semakin tinggi mampu secara nyata meningkatkan nilai perusahaan, sebab jumlah modal yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Ramadan (2015) menemukan bahwa leverage berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa investor harus berhati-hati untuk berinvestasi pada perusahaan yang memiliki rasio leverage tinggi, karena semakin tinggi rasio leverage menunjukkan semakin besar pula resiko investasinya.

Seperti halnya kasus krisis keuangan global pada tahun 2008 silam merupakan dampak dari kondisi dimana sektor perbankan di berbagai negara memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, baik di on balance sheet maupun off balance sheet yang kemudian menggerus kualitas modal bank. *Leverage* yang berlebihan ini akan mempengaruhi harga aset, ketahanan modal bank, menimbulkan kontraksi kredit

yang pada gilirannya akan menimbulkan kerugian bagi bank dan perekonomian secara keseluruhan. (Ojk,2019)

Dalam rangka membatasi pembentukan *leverage* yang berlebihan di sistem perbankan, BCBS memperkenalkan rasio tambahan yaitu leverage ratio sebagai non-risk based approach sebagai pelengkap dari rasio permodalan sesuai profil risiko yang telah berlaku. Pengenalan terhadap leverage ratio tersebut dimaksudkan sebagai backstop dari rasio permodalan sesuai profil risiko untuk mencegah terjadinya proses *deleveraging* yang dapat merusak sistem keuangan dan perekonomian. Sesuai kesepakatan seluruh anggota BCBS, kerangka Basel III diterapkan secara bertahap sejak Januari 2013 hingga implementasi penuh pada Januari 2019.

Indonesia sebagai salah satu anggota G-20, FSB dan BCBS memiliki komitmen untuk mengadopsi kerangka Basel III termasuk kerangka *leverage* ratio di dalamnya sesuai dengan tanggal waktu yang telah ditetapkan dalam dokumen Basel III. Dalam rangka penyempurnaan terhadap kerangka leverage ratio yang telah diterbitkan melalui *Consultative Paper* (CP) Kerangka Basel III Leverage Ratio pada Oktober 2014, OJK menerbitkan CP Revisi Leverage Ratio pada Januari 2019 dengan mengacu pada dokumen “Basel III: Finalising Post-Crisis Reforms.” (Ojk,2019)

Nilai perusahaan diindikasikan dapat dipengaruhi oleh Profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah

karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya (Sofyan, 2011:304). Tanpa adanya keuntungan, perusahaan akan kesulitan mendapatkan modal dari luar. Profitabilitas perusahaan yang meningkat, akan meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi maka investor akan tertarik untuk berinvestasi saham di perusahaan tersebut. Makin banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi saham, maka harga saham tersebut akan naik yang berdampak pada nilai perusahaan juga akan naik.

Profitabilitas juga mempunyai arti penting bagi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Perusahaan akan selalu meningkatkan profitabilitas, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin. Penelitian yang dilakukan oleh Moniaga (2013) menunjukkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan Rahayu dan Asandimitra (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu nilai perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya laba yang diperoleh perusahaan. Hal ini dinyatakan dengan tingkat perolehan laba yang tinggi atas investasi perusahaan sehingga perusahaan dapat dikatakan memiliki kinerja yang baik.

Kegiatan perbankan saat ini selain harus memperhatikan aspek kesehatan bank juga harus memperhatikan aspek profitabilitas karena profitabilitas merupakan

kemampuan suatu usaha bank untuk menghasilkan laba dengan seluruh aktiva atau modal yang dimilikinya. Laba merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu bank, dimana laba yang tinggi dapat mempengaruhi modal minimum dan likuiditas bank tersebut akan terlihat lebih baik. Kegiatan perbankan mempunyai ciri khusus yang berbeda dengan kegiatan industri pada umumnya, yaitu sebagian besar asset bank berupa monetary assets ataupun alat likuid yang sifatnya tidak nampak, sedangkan aktiva yang berwujud relatif kecil. (Putra 2013)

Penghasilan dan biaya bank timbul sejalan dengan berlangsungnya waktu, seperti bunga kredit dan bunga deposito. Jadi, ada tuntutan bahwa manajemen bank harus sanggup mengelola aset dan liabilities bank tersebut dengan baik (Sudirman,2002). Manajer bank bertanggung jawab kepada berbagai pihak, yaitu pihak pemilik bank, para nasabah penabung, nasabah pengambil kredit, karyawan bank itu sendiri, serta pemerintah (Bank Indonesia selaku Bank Sentral). Oleh karena itu profitabilitas bank harus ditingkatkan sehingga dapat dipertanggungjawabkan kepada berbagai pihak dan untuk itu diperlukan suatu pengelolaan atau manajemen yang tepat. (Tribun manado,2018)

Pertumbuhan keuntungan bank melambat. Ini tercermin dari return on asset (ROA) yang dicetak sepuluh bank besar sampai kuartal 3 2018. Data ROA kesepuluh ini berasal dari laporan keuangan publikasi dan diurutkan berdasarkan total aset. Hasilnya, 10 bank besar sampai kuartal 3 2018 mencatat kenaikan ROA 5 basis poin (bps) menjadi 2,24 persen. Angka pertumbuhan itu lebih kecil

dibandingkan pertumbuhan di periode yang sama tahun lalu, yaitu 33 bps menjadi 2,19 persen. Dari 10 bank besar itu, hanya Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Central Asia (BCA) dan Bank OCBC NISP yang mencetak angka pertumbuhan RoA. (Tribun manado,2018)

Meski mencatat pertumbuhan rasio profitabilitas yang minimalis , pengelola bank besar masih optimis bisa mencapai target profitabilitas samapai akhir tahun. BCA berusaha mempertahankan rasio profitabilitas (ROA) sampai akhir 2018 sebesar 3,86 persen. Jan Hendra, Sekretaris Perusahaan BCA mencatat ROA sampai kuartal ke-3 2018 sebesar 3,86% atau naik 3 bps dibandingkan periode sama 2017 3,83 persen. "RoA merupakan hasil dari bauran penempatan aset yang ada," kata Jan, Senin (5/11). Penempatan dan optimalisasi aset ini akan dilakukan pengelola BCA dengan mempertimbangkan faktor seperti risiko dan kecukupan likuiditas. Sedang Bank BNI sudah menyiapkan strategi untuk menjaga rasio profitabilitas. Caranya adalah mengimplementasikan beberapa strategi ekspansi secara selektif pada aset yang memiliki yield atau imbal hasil yang tinggi. (Tribun manado,2018)

Melihat dari beberapa pendapat dan latar belakang diatas dan beberapa kasus yang telah terjadi pada perusahaan perbankan yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka terdapat hal yang harus dibahas secara mendalam pada nilai perusahaan dengan menggunakan beberapa faktor yaitu *corporate social responcebility*, *leverage* dan Profitabilitas,maka peneliti mengambil judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONCIBILITY (CSR), LEVERAGE**

DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDY PADA PERUSAHAAN PERBANKAN PADA TAHUN 2016-2018)”. 1.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan pada penelitian ini dibatasi untuk menghindari terjadinya pembahasan yang terlalu luas. Oleh karena itu, perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini dengan pembatasannya adalah:

1. Peneliti ini menggunakan data sekunder perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 – 2018
2. Penelitian ini *Corporate social responsibility* skala pengukurannya menggunakan *corporate sosial responsibility indeks*.
3. Penelitian ini *leverage* pengukurannya menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio*
4. Penelitian ini Profitabilitas pengukurannya menggunakan rasio *return on Asset*.
5. Pengukuran pada nilai perusahaan menggunakan *Price Earning Ratio*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang diuraikan diatas, maka perumusan masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti rumuskan maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate social responsiblity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak sebagai berikut :

1. Bagi Akademik

Hasil Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai literatur bagi rekan – rekan mahasiswa dan pihak – pihak yang menyusun skripsi mengenai *Corporate social responsiblity* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan ilmu pengetahuan mengenai *Corporate social responsiblity* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan.