

BAB I

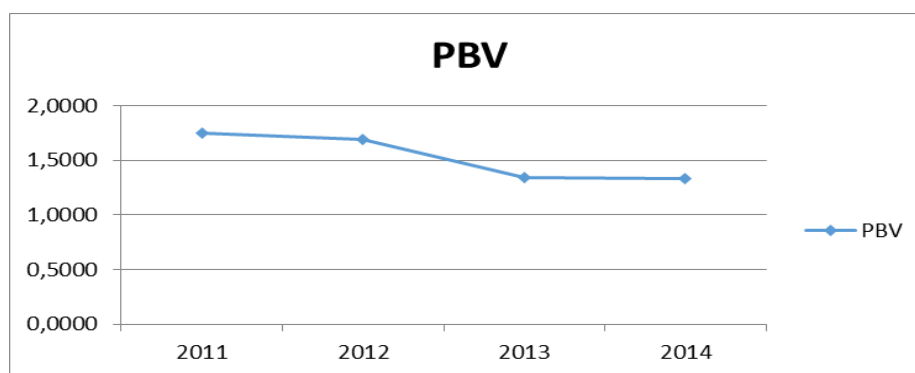
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perbankan di Indonesia dari tahun ke tahun semakin pesat. Hal ini juga ditunjukkan dengan perkembangan berbagai jenis usaha perbankan seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Inovasi perbankan berbasis teknologi informasi di industri perbankan ini memberikan dampak yang luar biasa. Perusahaan perbankan merupakan lembaga yang memegang peranan penting dalam kegiatan perekonomian suatu negara. Perbankan juga merupakan salah satu tonggak perekonomian di Indonesia, karena bank memiliki peran penting dalam usaha penyaluran dana untuk berbagai kepentingan yang secara langsung berhubungan dengan berbagai komunitas lingkungan masyarakat. Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan mendefinisikan perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai

perusahaan dilihat dari harga saham pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham and Gapensi, 1996). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.



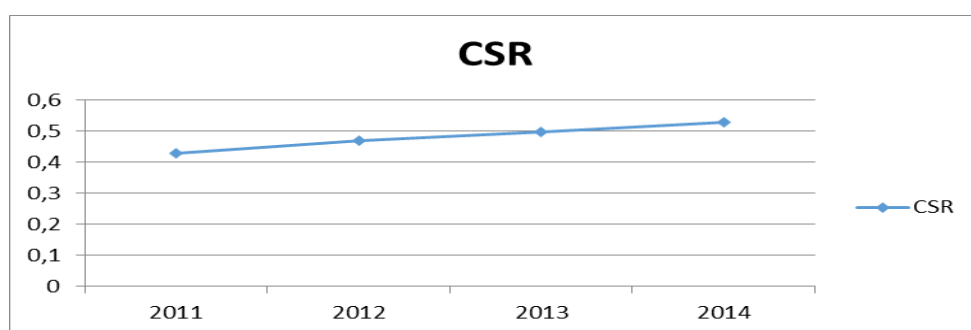
Gambar 1.1 Grafik PBV Rata-rata Perusahaan Perbankan Periode 2011-2014

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwa perbankan mengalami pergerakan yang fluktuatif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV (*Price to Book Value*) pada periode 2011 sampai dengan 2014. Fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan dan semakin rendah harga saham, maka semakin rendah pula nilai perusahaan di mata para investor.

Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan

kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Salah satunya, pandangan nilai perusahaan bagi pihak kreditur. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur. Apabila nilai perusahaan yang tersirat tidak baik maka investor akan menilai perusahaan dengan nilai rendah. Dalam menentukan harga saham ini ada beberapa faktor yang mendukung seperti penerapan CSR, Profitabilitas dan Leverage.

Kesadaran mengenai pentingnya penerapan CSR dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan keuangan tahunan maupun masing-masing *website* perusahaan. Pemerintah mengkomodirnya melalui peraturan mengenai pengungkapan praktek CSR ini dalam UU No. 40/2007 serta peraturan Bapepam terkait. Termasuk dengan adanya *Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA Award)*, dimana hal ini dapat menjadi nilai tambah bagi citra perusahaan.



Gambar 1.2 Grafik CSR Rata-Rata Perusahaan Perbankan Periode 2011-2014

Berdasarkan gambar 1. 2 terlihat bahwa rata-rata perusahaan perbankan mengalami pergerakan yang semakin tahun semakin meningkat, tetapi peningkatan yang terjadi tidak terlalu tinggi pada perusahaan perbankan tersebut terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada periode 2011 sampai dengan 2014.

Fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin banyak informasi yang diungkapkan mengenai CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang disebabkan oleh semakin banyaknya investor yang berinvestasi dan semakin rendah pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan, maka semakin rendah pula nilai perusahaan di mata para investor karena investor kurang tertarik untuk melakukan investasi karena keterbatasan informasi yang diungkapkan. Hal ini dipertegas oleh pernyataan Budiarsi (2008 dalam Nistantya, 2010:16) bahwa CSR dapat dijadikan semacam “asuransi jaminan” yang diperlukan untuk melindungi perusahaan jika sewaktu-waktu terjadi sesuatu yang tidak diharapkan sehingga dapat menjaga keberlangsungan aktivitas perusahaan agar terus berlangsung secara *sustainable*.

Di tengah persaingan global yang semakin ketat saat ini untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor dan untuk dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor untuk

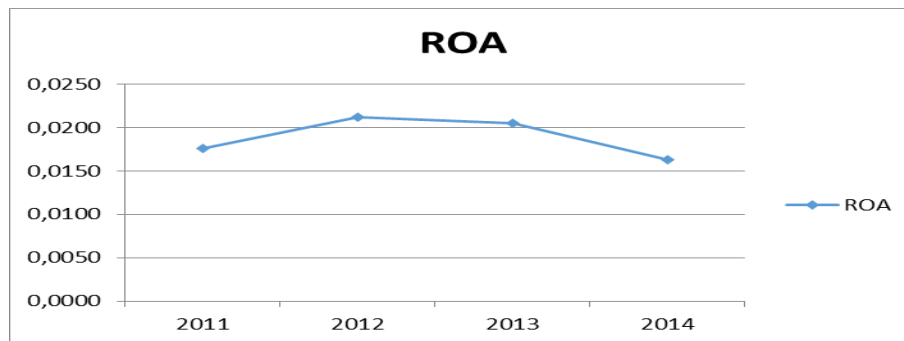
berinvestasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar (investor) percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Adapun kegiatan sosial yang di lakukan oleh perbankan antara lain, seperti yang di lakukan oleh Bank Mandiri yang memberikan bantuan beasiswa business plan sebesar dua ratus juta rupiah kepada dua puluh orang mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Undiksha (sumber: kompasiana. com). Dari kasus tersebut di mata para nasabahnya sehingga nasabah akan dapat membedakan Bank Mandiri dengan bank pesaingnya.

Dari pernyataan tersebut dapat di simpulkan tujuan perusahaan perbankan melakukan kegiatan CSR antara lain untuk meningkatkan citra perusahaan dan memperkuat brand perusahaan di banding perusahaan perbankan lainnya. *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu faktor non keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan antara lain adalah Profitabilitas. Setiap perusahaan menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas merupakan salah satu cara untuk

menilai sejauh mana tingkat pengembalian yang akan didapat dari aktivitas investasinya (Taryanto dan Toto, 2003).

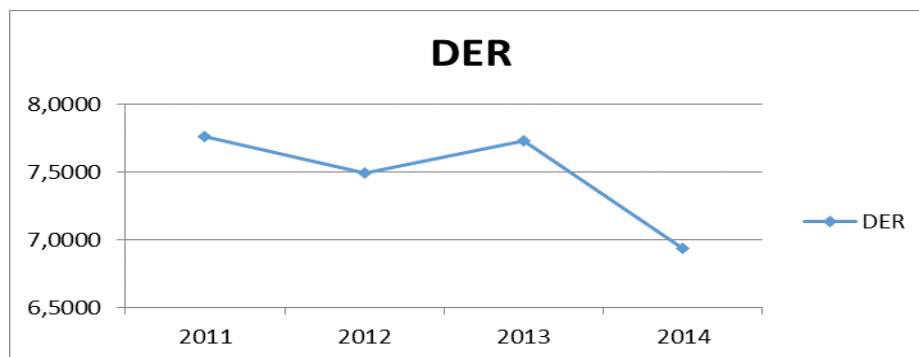


Gambar 1.3 Grafik ROA Rata-Rata Perusahaan Perbankan Periode 2011-2014

Berdasarkan gambar 1.3 terlihat bahwa rata-rata perusahaan perbankan mengalami pergerakan secara fluktuatif pada tingkat profitabilitas yang diproksikan dengan ROA (*Return On Asset*) periode 2011 sampai dengan 2014. Fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin tinggi pula prospek perusahaan di mata investor. Sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan juga akan meningkat yang akan tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan. Peningkatan profitabilitas diharapkan mampu menguatkan peningkatan nilai perusahaan dari Bank.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Leverage*. *Leverage* menggambarkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh hutang (Horne dan Wachowicz, 2005:209). *Leverage* merupakan salah satu alternatif pendanaan yang dapat digunakan untuk mengatur sejauh mana aktiva perusahaan. Sumber dana perusahaan dapat dibedakan menjadi dua,

yaitu sumber dana intern berasal dari laba ditahan, pemilik perusahaan yang tercermin pada lembar saham atau presentasi kepemilikan yang tertuang di dalam neraca dan sumber dana ekstern yang berasal dari luar perusahaan, seperti hutang.



Gambar 1.4 Grafik DER Rata-Rata Perusahaan Perbankan Periode 2011-2014

Berdasarkan gambar 1.4 dapat di simpulkan bahwa *leverage* yang di proksikan dengan DER yang di miliki oleh perusahaan perbankan tersebut mengalami fluktuatif setiap tahunnya selama masa priode 2011 sampai dengan 2014. Di tahun 2014 beberapa bank mengamalami penurunan *leverage* karena terjadinya beberapa kasus pembobolan bank yang terjadi di masyarakat yang akhirnya berdampak kepada rasa kepercayaan nasabah terhadap bank. Hal ini tentu akan bedampak besar pula terhadap nilai perusahaan yang akan diperoleh perbankan. Karena semakin besar *leverage* yang di miliki perbankan akan semakin besar juga nilai perusahaan yang akan di peroleh walupun semakin besar *leverage* akan menimbulkan resiko yang besar pula bagi perusahaan perbankan tersebut, karena didalam perbankan *leverage* di ukur melalui seberapa besar uang atau dana nasabah yang di simpan di dalam bank tersebut. Apabila simpanan uang nasabah

yang berada di dalam bank tersebut cukup besar, maka semakin besar juga pendapatan yang akan di peroleh oleh bank dan semakin besar juga resiko yang akan di hadapi. Oleh karena itu bank dapat memanfaatkan dana simpanan nasabah tersebut untuk dirubah kedalam bentuk kredit atau bentuk – bentuk investasi lain yang tentunya hal ini akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut.

Fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat hutang, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan karena semakin tinggi *Leverage* tentu semakin tinggi pula modal pinjaman yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Dan semakin rendah tingkat hutang, maka semakin rendah pula nilai perusahaan karena semakin rendah *Leverage* tentu semakin rendah pula modal pinjaman yang digunakan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Setiap perusahaan yang telah *go public* tentunya menginginkan harga saham yang dijual memiliki potensi harga yang tinggi, sehingga dapat menarik minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. (Brigham dan Ehrhardt, 2006:10).

Penelitian ini mempunyai persamaan atas penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Ardimas dan wardoyo (2012). Persamaan penelitian ini dengan penelitian Wahyu Ardimas dan wardoyo adalah sama-sama menganalisis tentang pengaruh pengaruh *corporate social responsibility*. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini menganalisis pengaruh *corporate social responsibility*, Profitabilitas dan *leverage* terhadap Nilai Perusahaan, adapun

alasan penulis mengambil sektor perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2011 - 2014 sebagai sampel penelitian karena perbankan memiliki laporan keuangan terlengkap dalam segi pengungkapannya dan pelaporannya walaupun, dalam hal CSR perbankan tidak wajib atau hanya bersifat sukarela dalam melakukan pengungkapan di bidang CSR.

Motivasi lain peneliti dalam rangka melaksanakan penelitian ini adalah, pertama untuk mengajak para pengelola perusahaan atau manajer untuk memiliki kehendak dalam melaksanakan CSR secara berkesinambungan dan tidak lagi melaksanakannya secara terpaksa karena CSR telah diatur dalam undang-undang dan memiliki sanksi bagi mereka yang tidak melaksanakannya. Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini maka pihak manajemen perusahaan mampu mengubah dasar pemikiran mereka yang awalnya merasa CSR adalah biaya yang merugikan menjadi CSR adalah sebuah investasi yang mampu memberikan pengembalian baik berupa finansial maupun non-finansial dimana dalam penelitian ini penulis menggambarkan finansial dengan profitabilitas dan non-finansial dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis menjadikan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan penelitian dan penulis tertarik untuk membahs serta mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* ,Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2011-2014”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, masalah-masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Banyak perusahaan di Indonesia yang tidak melaksanakan CSR secara berkelanjutan dan hanya merupakan kedok untuk melakukan promosi yang bersifat sesaat, mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif yang dapat dihindari dengan pelaksanaan CSR.
2. Fenomena yang terlihat dari grafik DER pada perusahaan perbankan yang tidak stabil pada periode 2011-2014.
3. Fenomena yang terlihat dari grafik ROA pada perusahaan perbankan yang tidak stabil pada periode 2011-2014.
4. Fenomena yang terlihat dari grafik PBV pada perusahaan perbankan yang tidak stabil pada periode 2011-2014.

1.2.2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah-masalah yang dihadapi, agar penelitian dapat lebih terarah sehingga dapat mencapai sasaran, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya membahas variabel *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas , Leverage dan Nilai Perusahaan.
2. Peneliti hanya memfokuskan objek penelitian pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Periode penelitian pada perusahaan perbankan di Indonesia hanya dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014.

1.3 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah serta batasan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, maka penulis dapat menarik perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Leverage secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah terdapat pengaruh Leverage terhadap nilai perusahaan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian terhadap perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui antara pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Leverage secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

3. Untuk mengetahui bahwa terdapat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk menguji adanya pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap bisa memberikan manfaat dan kegunaan bagi pihak yang membutuhkan penelitian ini, diantaranya :

1. Bagi perusahaan

Memberikan informasi pada perusahaan mengenai pengaruh Pengaruh *Corporate Social Responsibility* ,Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan PBV untuk menjadi masukan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Investor

Penelitian ini dimaksudkan sebagai referensi bagi para investor dalam rangka pengambilan keputusan investasi pada perusahaan di pasar modal Indonesia dengan memperhatikan penerapan CSR yang telah dilaksanakan oleh perusahaan tersebut dalam rangka meningkatkan kredibilitasnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini, peneliti berharap dapat dijadikan bahan masukan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat, menambah ilmu pengetahuan serta sumber informasi tambahan.