

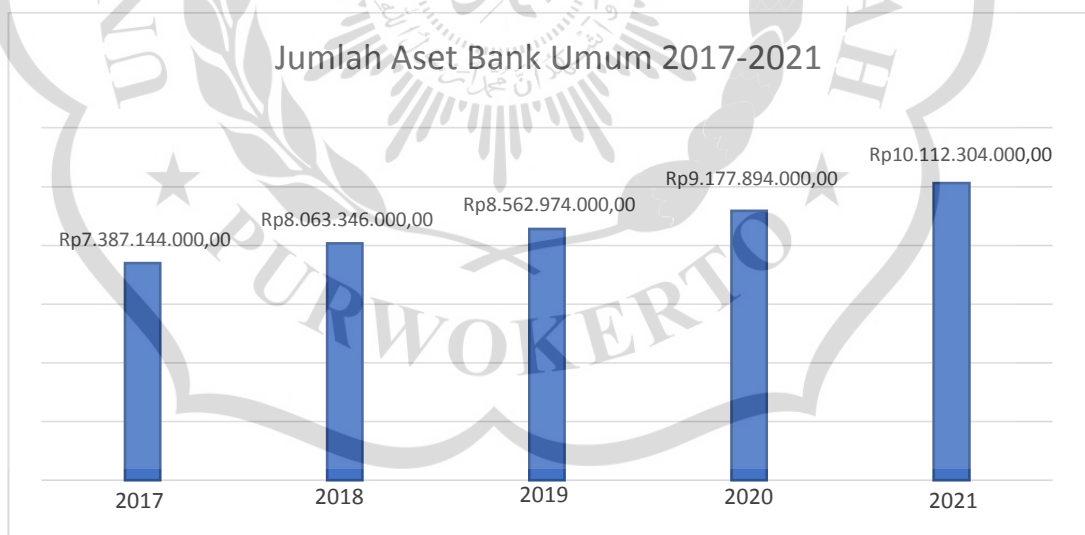
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan terpenting dalam perekonomian suatu negara adalah bank. Bank memiliki peranan sebagai intermediasi yaitu memobilisasi dana yang bersumber dari masyarakat untuk kegiatan investasi serta lalu lintas pendanaan (Kasmir, 2009). Sistem perbankan di Indonesia dibedakan menjadi 2 yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional dibedakan menjadi Bank Umum dan BPRS sedangkan bank syariah dibedakan menjadi Bank Umum Syariah, BPRS Syariah dan Unit Usaha Syariah (Arinta, 2016).

Grafik 1.1 Jumlah Aset Bank Umum di Indonesia



Berdasarkan grafik 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah Aset Bank Umum di Indonesia pada tahun 2017 sebesar Rp.7.387.144.000,00 pada tahun 2018 adalah Rp.8.063.346.000,00 pada tahun 2019 adalah Rp.8.562.974.000,00 pada tahun 2020 adalah Rp.9.177.894.000,00 dan pada tahun 2021 adalah

Rp.10.112.304.000,00 (Statistik Perbankan Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Desember 2020 dan Desember 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah Aset Bank Umum di Indonesia dari tahun 2017-2021 mengalami peningkatan terus menerus. Hal tersebut menunjukkan bahwa perbankan di Indonesia terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun.

Perkembangan dunia bisnis dari tahun ke tahun semakin pesat, dan semakin banyak muncul pesaing yang kompetitif. Oleh karena itu agar sistem perbankan di Indonesia mampu bertahan ditengah munculnya pesaing pesaing baru maka harus selalu meningkatkan nilai perusahaannya. Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik apabila memiliki kinerja perusahaan yang baik pula (Humairoh, 2015). Nilai perusahaan mampu memberikan tingkat kemakmuran yang maksimum kepada pemegang saham apabila harga saham perusahaan tersebut juga meningkat (Suffah dan Riduwan, 2016). Nilai perusahaan menjadi peranan penting dalam suatu perusahaan karena nilai perusahaan dijadikan sebagai acuan utama investor dalam memberikan saham. Nilai perusahaan dianggap sebagai keadaan suatu perusahaan, di mana apabila nilai perusahaan baik maka perusahaan tersebut dianggap baik dan apabila nilai perusahaan buruk maka perusahaan tersebut dianggap buruk (Rakasiwi dkk, 2017).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah *price earning ratio* (PER). *Price earning ratio* (PER) digunakan untuk menunjukkan rasio harga saham yang dimiliki perusahaan terhadap *earnings per share*. Jika *price earning ratio* suatu perusahaan tinggi

berarti perusahaan tersebut mampu memberikan *return* bagi investor (Languju dkk, 2016). Selain itu faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* digunakan untuk melihat seberapa jauh perusahaan yang dibiayai oleh utang atau pihak luar perusahaan dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan dengan modal atau *equity*. Perusahaan yang baik seharusnya mempunyai tingkat modal lebih tinggi dibanding dengan hutangnya (Apridawati dan Hermanto, 2020).

Salah satu faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan deviden. Keputusan keuangan suatu perusahaan di mana perusahaan membagikan laba atau keuntungan kepada para pemegang saham dalam bentuk deviden atau dalam bentuk lain yaitu laba ditahan merupakan sebuah kebijakan deviden suatu perusahaan terhadap laba bersih setelah pajak (Velicia, 2020). Kebijakan mengenai besarnya deviden yang akan dibagikan kepada pemegang saham akan sangat mempengaruhi investor dalam mengambil keputusan untuk menanamkan modalnya. Sedangkan laba yang ditahan oleh perusahaan tersebut digunakan sebagai salah satu sumber pembiayaan pertumbuhan perusahaan tersebut yang nantinya laba ditahan ini akan digunakan untuk membiayai operasional perusahaan dimasa yang akan datang (Susila dan Prena, 2019).

Ketika nilai suatu perusahaan semakin tinggi maka perkembangan perusahaan pun semakin pesat. Semakin berkembangnya suatu perusahaan dapat meningkatkan resiko rusaknya lingkungan sekitar serta meningkatkan kesenjangan sosial yang ada. Untuk mengatasi hal tersebut perusahaan harus

mempunyai kesadaran untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan. Salah satu cara untuk mengurangi dampak negatif tersebut dengan menggunakan *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan kontribusi suatu perusahaan untuk perkembangan ekonomi yang dilakukan dengan cara memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan serta fokus terhadap keseimbangan antara kepedulian aspek sosial, ekonomis dan lingkungan (Sudarma dan Darmayanti, 2017).

Devianasari dan Suryantini (2015) memberikan bukti empiris bahwa *price earning ratio* (PER) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Arifianto dan Chabachin (2016) juga memberikan bukti empiris bahwa *price earning ratio* (PER) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sari dan Jufrizen (2019) memberikan bukti empiris bahwa *price earning ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Suwardika dan Mustanda (2017) memberikan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kolamban dkk (2020) memberikan bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dewi dan Suryono (2019) memberikan bukti empiris bahwa kebijakan deviden berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ramadan dkk (2018) memberikan bukti empiris bahwa kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Putri dan Budiyanto (2018) memberikan bukti empiris bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sari dan Priantinah (2018) memberikan bukti empiris bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena perkembangan bank serta hasil penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Price Earning Ratio*, *Leverage*, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, pembahasan serta fenomena diatas maka secara terperinci masalah yang akan diteliti pada penelitian kali ini adalah pengaruh *corporate social responsibility* (CSR), *price earning ratio* (PER), *leverage*, kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021. Dari masalah diatas maka dapat kita tarik rumusan masalah seperti berikut :

1. Apakah CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah PER berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah kebijakan deviden berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan?

## **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian kali ini dibatasi pada kajian hanya bank yang terdaftar di bursa efek indonesia dan hanya bank yang melaporkan laporan keuangan secara lengkap dari tahun 2017 hingga tahun 2021.

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh PER terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Pada penelitian kali ini terdapat dua manfaat penelitian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan mengenai pengaruh Corporate Social Responsibility, Price Earning Ratio, Leverage, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan perbankan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti lain dan dapat memberikan kontribusi pada penelitian dimasa yang akan datang untuk mengembangkan teori dan pemahaman mengenai Corporate Social Responsibility, Price Earning Ratio, Leverage, Kebijakan Deviden, Nilai Perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat digunakan oleh para pengelola perusahaan perbankan di Indonesia dalam mengembangkan Corporate Social responsibility, Price Earning Ratio, Leverage, Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.