

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan saat ini di dunia bisnis Indonesia semakin pesat yang menyebabkan tingginya persaingan usaha dan didukung dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka pertumbuhan bisnis dapat semakin kompleks (Tiara & Jayanti, 2022). Fenomena pertumbuhan bisnis ini telah diamati sejak lahirnya perusahaan menengah dan keatas. Dalam hal ini perusahaan mampu bersaing dengan meningkatkan nilai perusahaan, dengan melihat kinerja perusahaan tersebut. Peningkatan kinerja perusahaan sangat diperlukan agar perusahaan mampu berkompetisi dalam industri. Didalam peningkatan kinerja perusahaan, nilai perusahaan sering kali dikaitkan dengan bagaimana perusahaan mengelola bisnisnya dalam situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri, dalam kepercayaan investor tergantung dari seberapa tinggi nilai perusahaan saat ini maupun prospek dimasa mendatang (Hendra & Sri, 2019). Saat meningkatkan nilai perusahaan, seringkali perusahaan tidak mengimbangi dengan pengelolaan lingkungan yang tepat dari operasi perusahaan yang menimbulkan dampak bagi masyarakat.

Dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan sehingga tidak asing lagi bagi masyarakat. Dengan hal ini perusahaan harus mempunyai upaya agar pengelolaan lingkungan dapat seimbang dengan

peningkatan nilai perusahaan. Selain itu perusahaan harus memaksimalkan pengelolaan manajemen dengan baik agar perusahaan dapat memberi sinyal terhadap stakeholder yang berkepentingan. Perusahaan berkualitas mana pun memberikan sinyal diferensiasi yang cukup ke pasar bagi investor untuk mengevaluasi kriteria perusahaan yang menerima reksa dana. Penilaian investor terkait nilai pasar perusahaan juga dapat dilakukan dengan cara yang berbeda dan dari sudut pandang yang berbeda pula. Seseorang mengevaluasi publikasi laporan yang memuat informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan kinerja dalam perusahaan tersebut. Tujuan manajemen perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau kemakmuran pemegang saham perusahaan, dimana setiap tindakan yang diambil manajemen harus dapat diselesaikan dengan baik (Romli & Zaputra, 2021).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pangsa pasar yang besar dimana banyak perusahaan dari berbagai industri berkembang. Keberadaan sumber daya alam yang melimpah menjadikan Indonesia sangat menarik bagi investor, terutama investor asing. Investor cenderung berinvestasi pada perusahaan dari industri yang berkembang dan berjalan dengan baik, dan salah satu perusahaan di sektor industri Indonesia yang menunjukkan hal tersebut adalah sektor perbankan. Faktor utama sektor perbankan menjadi salah satu sektor dengan profit yang tinggi karena margin bunga bersih. Perkembangan pasar di sektor perbankan menarik perhatian para investor, oleh karena itu nilai perusahaan di sektor perbankan merupakan indikator kinerja pasar modal

secara umum. Sektor perbankan merupakan salah satu sektor ekonomi terpenting di negara berkembang (Firmansyah et al., 2020). Oleh karena itu, nilai perusahaan di bidang perbankan dapat menjadi salah satu indikator kinerja perusahaan di bidang perbankan.

Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai perusahaan sebagai kepercayaan publik terhadap perusahaan setelah beberapa tahun bekerja dari berdirinya suatu perusahaan hingga sekarang (Winarto et al., 2021). Nilai perusahaan tercermin dalam nilai sekarang dari semua keuntungan yang diharapkan yang akan dihasilkan perusahaan di masa depan. Menciptakan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan perusahaan melakukan *go publik*, dengan itu jika nilai perusahaan tinggi berarti kekayaan pemegang saham juga meningkat. Oleh karena itu, manajemen perusahaan diharapkan dapat memberikan kinerja terbaik perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Mudjijah et al., 2019).

Adapun fenomena yang berkaitan dengan nilai perusahaan terjadi pada PT Bank Central Asia Tbk (BBCA) yang dilansir oleh investor.id 2021, kapasitas pasar (market cap) saham BBCA pada perdagangan tembus Rp 918 triliun, setara US 66 miliar. Dengan angka itu, BBCA makin mengukuhkan diri sebagai emiten penyandang market cap terbesar di Bursa Efek Indonesia (BEI), jauh meninggalkan emiten lainnya. Tak cuma di bursa domestik, saham BBCA juga menjadi jawara di Asia Tenggara. Market cap BBCA menyalip bank terbesar Singapura, DBS yang mencapai US 57 miliar, setara Rp 815 triliun. Market cap BBCA menganggap level tertinggi atau sejak bank tersebut melantai

di BEI pada 31 Mei 2000, market cap BBCA bahkan sempat menyentuh Rp 1.017 triliun. Banyak hal yang bisa dijadikan catatan atas pencapaian harga saham BBCA. Catatan pertama, BBCA membuktikan bahwa fundamental, citra, dan prospek perusahaan berkorelasi langsung dengan harga saham yang mengalami pemecahan nilai nominal (stock split). Manajemen BCA memutuskan untuk melakukan stock split dengan rasio 1:5, sehingga nilai nominal BBCA berubah dari Rp 62,5 menjadi Rp 12,5 per saham, langkah tersebut ditempuh manajemen agar harga saham BBCA lebih likuid dan terjangkau terutama oleh kalangan milenial (Aziz, 2021). Dalam kata lain perusahaan perbankan tepatnya pada Bank BCA yang dimana saham BCA pada perdagangan melambung tinggi maka bank BCA mengukuhkan diri sebagai emiten penyandang market cap terbesar dibursa efek indonesia, sehingga bank BCA memutuskan melakukan stock split atau pemecahan nilai saham. Hal ini dilakukan oleh manajemen BCA untuk menjaga harga saham BCA menjadi likuid selain itu manajemen juga dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata masyarakat khususnya milenial dalam menanamkan modalnya di BCA.

Mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu, beberapa faktor yang dianggap dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah sebagai berikut: *green banking*, umur perusahaan, ukuran perusahaan kinerja keuangan. Faktor utama yaitu *green banking*. *Green banking* didefinisikan sebagai upaya pemerintah mengubah sistem yang hanya berfokus pada profit (*green economy*) menjadi berfokus pada profit, people, dan planet (Aldama et al., 2021). Lembaga keuangan berada dalam posisi taktis untuk berpartisipasi untuk menciptakan dan mempertahankan revolusi

hijau yang sangat dibutuhkan untuk planet ini. Dalam hal ini bank dapat menerapkan praktik perbankan hijau secara internal dan mendorong nasabah untuk mengadopsi teknologi hijau dengan menawarkan berbagai mekanisme insentif dan sanksi. Faktor yang mendasari sehingga bank menciptakan konsep *green banking* diantaranya permintaan pinjaman, faktor ekonomi, kebijakan pemerintah dan kepentingan lingkungan (Winarto et al., 2021).

Green banking bank menawarkan konsep *paperless* dan pelayanan perbankan teknologi informasi kepada pelanggan saat ini dan masa depan untuk meningkatkan peran bank dalam mencapai pembangunan berkelanjutan. Dalam hal ini *green banking* mempunyai keterbatasan dalam hal kebijakan perbankan ramah lingkungan sehingga tidak mengalami kenaikan atau penurunan signifikan pada nilai perusahaannya yang disebabkan oleh kurangnya informasi atau literature tentang *green banking* (Tiara & Jayanti, 2022).

Menurut (Galyani, 2022; Romli & Zaputra, 2021; Simanungkalit & Mayangsari, 2022) telah membuktikan bahwa *green banking* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena disebabkan kurangnya literature mengenai *green banking* sehingga menyebabkan investor di Indonesia belum menjadikan perbankan hijau sebagai salah satu aspek dalam pengambilan keputusan. Sedangkan pada penelitian (Karyani & Obrien, 2020; Winarto et al., 2021) *green banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena luas pengungkapan *green banking* menjadi salah satu unsur dalam peningkatan nilai perusahaan dilihat dari adanya

kepercayaan masyarakat atas kepedulian perusahaan pada lingkungan dan masyarakat.

Didalam sebuah perusahaan bukan hanya memperhatikan kinerja dalam perusahaan tersebut tetapi usia perusahaan pun perlu untuk dipantau dengan baik, dalam hal ini umur perusahaan merupakan waktu suatu perusahaan dibentuk sampai dapat mulai beroperasi dan tidak mempunyai batasan (Hamdani et al., 2020). Perusahaan yang mempunyai umur yang lebih lama biasanya memiliki pengetahuan dan pengalaman yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang sudah berumur beberapa tahun. Selain itu perusahaan yang baru memiliki akses pembiayaan eksternal yang lebih terbatas dibandingkan dengan perusahaan yang lebih lama, dalam hal ini umur atau usia perusahaan juga menunjukkan kematangan perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Erawati & Hasanah, 2022).

Penelitian (Anggasta & Suhendah, 2020; Fairuz et al., 2023; Zuliyana & Alqibtiah, 2021) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena persaingan perusahaan yang dinamis saat ini yang membuat perusahaan sudah lama berdiri tidak dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan yang menyebabkan perusahaan tidak mampu bersaing dengan perusahaan lain maka akan menurunkan nilai dalam perusahaan tersebut. Berbeda dengan penelitian (Hamdani et al., 2020; Izzah & Mashudi, 2021; Tryadi et al., 2022) mengatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena semakin bertambahnya umur suatu perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain dari umur

perusahaan adapun yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan.

Ukuran perusahaan dijadikan sebagai acuan dalam menilai kinerja pada perusahaan yang dapat meningkatkan total asset sehingga ukuran perusahaan meningkat. Semakin besar ukuran perusahaan mempengaruhi seberapa mudah perusahaan memperoleh sumber pembiayaan (Widiastari & Yasa, 2018). Ukuran perusahaan yang besar mampu mencerminkan perkembangan dan pertumbuhan perusahaan yang baik sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat dinyatakan dengan jumlah total neraca perusahaan yang meningkatkan dan lebih besar dari jumlah hutang perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin percaya diri investor dalam kemampuannya untuk menghasilkan pengambilan modal yang di investasikan. Tentu saja, investor lebih memilih untuk berinvestasi dari perusahaan besar dengan harapan keuntungan yang lebih tinggi sehingga berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan (Hertina et al., 2019).

Adapun penelitian terdahulu mengenai ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang telah diteliti peneliti di antaranya (Cahyani & Wirawati, 2019; Mudjijah et al., 2019; Pamungkas et al., 2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan hal tersebut dapat disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total asset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham.

Adapun penelitian oleh yang diteliti oleh (Lukman & Albar, 2022; Mislinawati et al., 2021; Vernando & Erawati, 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Selain itu, adapun faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kinerja keuangan

Kinerja keuangan adalah pencapaian tujuan perusahaan tertentu selama periode waktu yang menggambarkan kualitas perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan maka semakin baik pula laporan keuangan karena mengandung informasi yang berharga bagi penggunanya. Dalam hal ini kinerja keuangan dilakukan sedemikian rupa sehingga masyarakat dan pelanggan yakin bahwa kredibilitas perusahaan dalam keadaan baik. Calon investor akan melihat bahwa nilai tambah bagi perusahaan ketika laba membaik dan menginvestasikan lebih banyak modal sehingga harga saham tinggi, yang berdampak pada apresiasi nilai perusahaan (Putra & Wirawati, 2020). Pada saat yang sama pihak internal dapat menggunakan kinerja keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan untuk mengambil keputusan terkait mengatasi kelemahan yang ada, serta menentukan strategi dan operasi yang tepat (Dumanauw & Suaryana, 2021).

Hasil yang dilakukan oleh (Anwar A, 2018; Herawati & Tohap, 2020; Ramadhan et al., 2020) menyatakan bahwa kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian (Mariani & Suryani, 2018; Sawitri & Setiawan, 2019; Wati et al., 2019)

menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dapat dilihat dari nilai perusahaan yang baik ini akan menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut dengan harapan mereka akan mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul : ” **Pengaruh *Green Banking*, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan** ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Green Banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis apakah *Green Banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menganalisis apakah Umur Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. Untuk menganalisis apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

4. Untuk menganalisis apakah Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka beberapa kegunaan atau manfaat yang dapat diambil di penelitian ini adalah :

1 . Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan agar dapat menambah referensi dan informasi mengenai variabel independen terhadap dependen, serta diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam karya ilmiah dan sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor

Penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pertimbangan untuk keberhasilan suatu perusahaan sehingga dapat meminimalisasi kemungkinan adanya risiko

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dikehendaki dapat memberikan informasi dan sarana terkait kinerja dalam suatu perusahaan dalam rangka menghasilkan nilai optimal bagi perusahaan. Serta, sebagai dasar dalam mempertimbangkan perusahaan untuk mengevaluasi serta memajukan kinerja keuangan perusahaan dimasa mendatang.