

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era bisnis modern yang ditandai oleh kemajuan teknologi dan meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tuntutan dari pemangku kepentingan, regulasi pemerintah, serta tekanan pasar global mendorong perusahaan untuk mengadopsi pendekatan yang lebih berkelanjutan dan inovatif. Industri perbankan saat ini berada dalam tekanan perubahan yang sangat cepat, baik dari sisi perkembangan teknologi maupun tuntutan akan keberlanjutan. Sebagai salah satu pilar penting dalam sistem keuangan nasional, bank dituntut untuk tidak hanya menjaga stabilitas dan profitabilitas, tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan serta adaptasi terhadap transformasi digital yang masif. Di tengah meningkatnya kesadaran global terhadap isu perubahan iklim dan percepatan digitalisasi, bank perlu mengembangkan strategi yang lebih proaktif untuk menjaga daya saing dan meningkatkan nilai perusahaan di mata para pemangku kepentingan (Zhiying, 2023).

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari persepsi investor terhadap kinerja masa depan perusahaan yang tercermin dalam harga saham. Nilai perusahaan sangat penting karena menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan

telah mampu menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan bagi para pemegang saham (Zhiying, 2023). Nilai perusahaan juga dapat mencerminkan kemakmuran pemegang saham, semakin tinggi nilai perusahaan akan berdampak pada semakin meningkat pula kemakmuran pemegang sahamnya, begitupun sebaliknya. Untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan manajemen perusahaan akan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik serta mempublikasikan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Parta & Sedana, 2018).

Nilai perusahaan (*firm value*) merupakan cerminan dari persepsi investor terhadap kinerja masa depan perusahaan yang tercermin dalam harga saham. Menurut Sartono (2016), nilai perusahaan sangat penting karena menjadi indikator keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah mampu menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang (Sudana, 2011). Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh pembeli apabila suatu perusahaan akan dijual (Thomas, 2011). Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual, semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik Perusahaan Husnan & Pudjiastuti (2015). (Yunita & Artini, 2019) dalam jurnalnya menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah indikator yang penting dalam menilai kinerja suatu perusahaan, besar kecilnya nilai perusahaan dapat mempengaruhi investor dalam melakukan

investasinya. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi tingkat pengembalian investor dan semakin tinggi nilai perusahaan tersebut (Noviani et al., 2019). Nilai perusahaan juga dapat mencerminkan kemakmuran pemegang saham, semakin tinggi nilai perusahaan akan berdampak pada semakin meningkat pula kemakmuran pemegang sahamnya, begitupun sebaliknya. Untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan manajemen perusahaan akan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik serta mempublikasikan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Parta & Sedana, 2018).

Namun dalam beberapa tahun terakhir terjadi fenomena yang bertolak belakang, yaitu penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang disumbang oleh penurunan harga saham sejumlah emiten di pasar modal, termasuk dari sektor keuangan.

Data  Bolasajju

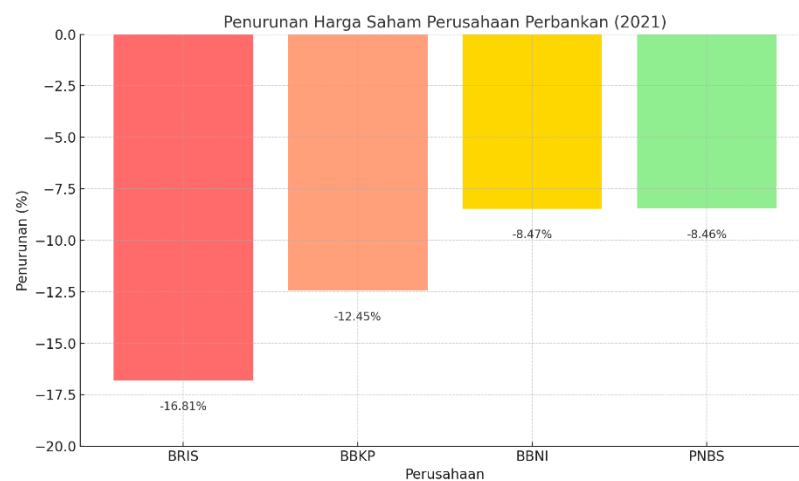
**Kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG)
20 Tahun Terakhir**

Tahun	IHSG Akhir Tahun	Perolehan Tahunan	Akumulasi Perolehan
2004	1.000,23	nilai awal	nilai awal
2005	1.162,64	16,24%	16,24%
2006	1.805,52	55,30%	80,51%
2007	2.745,83	52,08%	174,52%
2008	1.355,41	-50,64%	35,51%
2009	2.534,36	86,98%	153,38%
2010	3.703,51	46,13%	270,26%
2011	3.821,99	3,20%	282,11%
2012	4.316,69	12,94%	331,57%
2013	4.274,18	-0,98%	327,32%
2014	5.226,95	22,29%	422,57%
2015	4.593,01	-12,13%	359,19%
2016	5.296,71	15,32%	429,55%
2017	6.355,65	19,99%	535,42%
2018	6.194,50	-2,54%	519,31%
2019	6.299,54	1,70%	529,81%
2020	5.979,07	-5,09%	497,77%
2021	6.581,48	10,08%	557,99%
2022	6.850,62	4,09%	584,90%
2023	7.272,80	6,16%	627,11%
2024	7.079,91	-2,65%	607,83%
Kinerja disetahunkan (CAGR):			9,77%

Sumber: IDX (Diolah Tim Riset Bolasajju) ©2025 bolasajju.com

Gambar 1. 1
Kinerja Indeks Harga Saham Gabungan 20 Tahun Terakhir 2005-2024

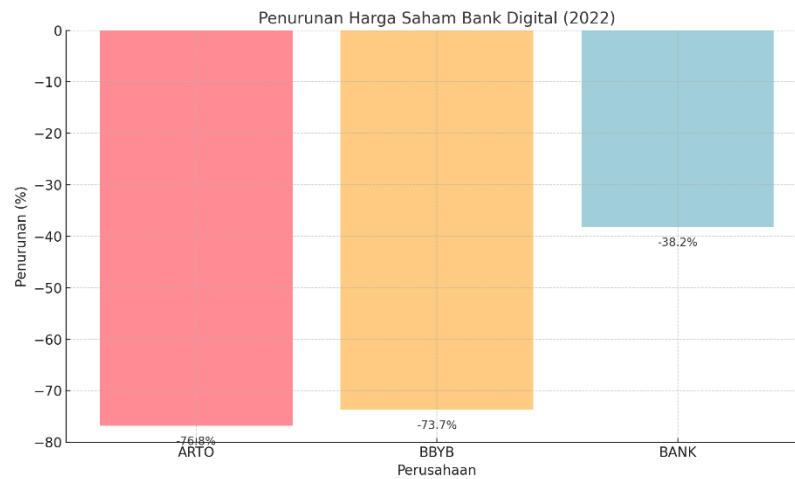
Pada tahun 2021, beberapa perusahaan perbankan mengalami penurunan harga saham yang cukup signifikan. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BRIS) tercatat mengalami penurunan sebesar 16,81% ke level Rp 1.905, dengan volume transaksi mencapai 901,5 juta lembar saham dan nilai transaksi sebesar Rp 1,9 triliun. Penurunan juga terjadi pada PT Bank KB Bukopin Tbk (BBKP) sebesar 12,45%, dengan volume 1,4 miliar dan nilai transaksi Rp 591,6 miliar. Sementara itu, PT Bank Negara Indonesia Tbk (BBNI) terkoreksi 8,47% ke harga Rp 5.400, serta PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk (PNBS) yang melemah 8,46%.



Gambar 1. 2
Penurunan Harga Saham Sektor Perbankan pada tahun 2021

Tren penurunan berlanjut pada tahun 2022, terutama pada bank-bank berbasis digital. PT Bank Jago Tbk (ARTO) mengalami koreksi tajam sebesar 76,8%, disusul PT Bank Neo Commerce Tbk (BBYB) yang turun 73,7%, dan PT Bank Aladin Syariah Tbk (BANK) sebesar 38,2%. Fenomena ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang gencar dilakukan tidak serta-merta berdampak

positif terhadap persepsi investor jika tidak diimbangi dengan fundamental dan strategi keberlanjutan yang solid.



Gambar 1. 3
Penurunan Harga Saham Sektor Perbankan pada tahun 2022

Memasuki tahun 2023, tekanan terhadap saham sektor keuangan masih berlanjut. PT Bank Jago Tbk (ARTO) kembali mengalami penurunan sebesar 7,56%, menunjukkan bahwa tantangan terhadap kepercayaan investor belum sepenuhnya pulih. Bahkan pada tahun 2024, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BBRI) sebagai salah satu bank terbesar dan tertua di Indonesia, mencatatkan penurunan harga saham sebesar 28,11%, yang menambah panjang daftar perusahaan dengan penurunan nilai pasar signifikan dalam beberapa tahun terakhir. (Sumber: Malik Haknuh, CNBC Indonesia 2022)

Dalam menanamkan modalnya investor tidak sembarangan karena ada beberapa pertimbangan informasi yang harus dipastikan untuk memutuskan hal tersebut. Dimana ketidak stabilan harga saham pada perusahaan yang menjadi pilihan akan mempengaruhi keputusan investor, sehingga investor harus

mengetahui alasan penurunannya. Salah satu alasan penurunan harga saham bisa dilihat dari kinerja manajemen lingkungan yang baik.

Faktor Pertama yang mempengaruhi Nilai Perusahaan Adalah Strategi Lingkungan Proaktif merujuk pada upaya sukarela perusahaan dalam mengelola dampak lingkungan dari aktivitas operasional mereka. Ini termasuk pengembangan produk ramah lingkungan, efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan pelibatan dalam inisiatif hijau sebelum adanya tuntutan regulatif. Pendekatan ini tidak hanya mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, tetapi juga dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif, efisiensi biaya, dan inovasi berkelanjutan yang menciptakan citra yang positif bagi Nilai Perusahaan (Xiong, 2022).

(Melinda & Wardhani, 2020) menyimpulkan bahwa berinvestasi pada kinerja ESG yang tinggi menjanjikan manfaat finansial bagi perusahaan, baik dari segi nilai maupun profitabilitas. Perusahaan juga harus memperhatikan kesejahteraan pemangku kepentingan untuk mencapai keberlanjutan perusahaan (Freeman, et.al (2015) menunjukkan bahwa komponen nilai perusahaan yang terdiri dari biaya ekuitas dan arus kas masa depan Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG) merupakan indikator standar keberlanjutan yang paling dominan digunakan dalam praktik saat ini untuk mengukur kinerja non-keuangan perusahaan (Howard-Grenville, 2021). 1984b). Namun, temuan ini tidak konsisten karena penelitian lain menemukan hasil yang berbeda, seperti penelitian yang dilakukan oleh Velte (2017) dan Yoon et al. (2018) menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara ESG-nilai perusahaan dan Behl et al. (2022) menemukan hubungan negatif dalam jangka pendek. Ini berarti bahwa hubungan antara ESG dan nilai perusahaan dapat

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan mereka. Hasil ini memperkuat adanya ketidak konsistenan dalam literatur mengenai dampak langsung dari Strategi Lingkungan Proaktif terhadap hasil Nilai Perusahaan. Di sisi lain, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada konteks negara maju, dengan keterbatasan kajian empiris dalam konteks industri di Indonesia.

Faktor kedua, Transformasi Digital menjadi keniscayaan dalam operasional perbankan modern. Digitalisasi proses layanan seperti *Mobile Banking*, pemanfaatan *big data* dan kecerdasan buatan untuk analisis risiko, serta otomatisasi sistem keuangan telah mengubah cara bank berinteraksi dengan nasabah dan menjalankan bisnis. Transformasi digital mengacu pada adopsi teknologi digital secara menyeluruh dalam proses bisnis perusahaan, mulai dari otomatisasi operasional hingga penggunaan *big data* dan kecerdasan buatan untuk pengambilan keputusan. Transformasi ini memungkinkan perusahaan untuk menjadi lebih adaptif, efisien, dan responsif terhadap perubahan pasar, serta memperluas jangkauan bisnis melalui platform digital (Chen, 2022).

Transformasi Digital perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Nilai Perusahaan. Pengaruh tersebut bekerja melalui dua jalur utama, yaitu melalui inovasi teknologi hijau dan peningkatan tata kelola perusahaan. Efek ini lebih menonjol pada perusahaan milik negara, perusahaan besar, serta industri dengan tingkat pencemaran yang tinggi, menunjukkan bahwa transformasi digital dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong keberlanjutan lingkungan. Xu et al. (2023). Namun berbeda dengan hasil penelitian

yang dilakukan oleh Rusminingsih (2022) menunjukkan bahwa Transformasi Digital, yang diwakili oleh tingkat penggunaan internet. Secara statistik, penggunaan internet berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi dalam jangka pendek. Penerapan Transformasi Digital di Indonesia masih perlu dioptimalkan agar dapat memberikan dampak yang lebih inklusif dan ramah lingkungan.

Kedua strategi tersebut memiliki potensi besar dalam meningkatkan Nilai Perusahaan, baik dalam hal kinerja finansial jangka panjang, reputasi di mata investor, maupun daya saing secara keseluruhan. Namun, belum banyak penelitian yang secara komprehensif menganalisis bagaimana Strategi Lingkungan Proaktif dan Transformasi Digital secara bersama-sama dapat memengaruhi nilai perusahaan. Terlebih lagi, di tengah dinamika ekonomi dan teknologi yang terus berkembang, pemahaman mendalam mengenai hubungan ini menjadi semakin penting bagi pengambil keputusan korporasi (Zhanchi, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Strategi Lingkungan Proaktif dan Transformasi Digital terhadap Nilai Perusahaan, serta untuk memberikan wawasan bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan yang berorientasi pada keberlanjutan Nilai Perusahaan. (Tanushev, 2022).

Strategi Lingkungan Proaktif dan Transformasi Digital telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian terkait keberlanjutan dan keunggulan kompetitif perusahaan. Strategi ini diyakini mampu mendorong perusahaan dalam mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan dan inovatif. Namun demikian,

hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan ketidakkonsistenan terkait efektivitas strategi ini terhadap berbagai indikator kinerja perusahaan.

Berdasarkan hasil pemaparan latar belakang di atas serta terdapat beberapa hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS PENGARUH STRATEGI LINGKUNGAN PROAKTIF DAN TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN** (Survey Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengungkapan Strategi Lingkungan Proaktif Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
2. Bagaimana Transformasi Digital Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
3. Bagaimana Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
4. Seberapa Besar Pengaruh Pengungkapan Strategi Lingkungan Proaktif Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
5. Seberapa Besar Pengaruh Pengungkapan Transformasi Digital Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Pengungkapan Strategi Lingkungan Proaktif Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
2. Untuk mengetahui bagaimana Transformasi Digital Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
3. Untuk mengetahui bagaimana Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengungkapan Strategi Lingkungan Proaktif Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengungkapan Transformasi Digital Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat sebagai berikut.

1.4.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak diantaranya sebagai berikut:

Bagi Penulis

Untuk memenuhi salah satu syarat sidang skripsi guna memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi juga menambah pemahaman bagi tentang setiap variabel yang diteliti.

a. Bagi Perusahaan

Memberikan referensi untuk perusahaan untuk pengimplementasian Pengaruh Strategi Lingkungan Proaktif Dan Inovasi Teknologi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020 – 2024 dengan mengikuti aturan yang telah dikeluarkan oleh Pemerintah, dan juga ikut berpartisipasi agar perusahaan lebih meningkatkan kepeduliannya terhadap lingkungan.

b. Bagi Investor

Memberikan gambaran investor maupun calon investor mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komponen laporan keuangan dan kesadaran perusahaan akan dampak lingkungan yang ditimbulkan sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2024 yang dimana data yang penulis gunakan adalah data sekunder yang akan diakses melalui website resmi dari setiap Perusahaan dan website www.idx.co.id dengan waktu penelitian dimulai dari bulan Juni 2025 sampai dengan selesai.