

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan perbankan merupakan badan usaha yang mempunyai peran penting dalam aktivitas keuangan masyarakat dengan beberapa manfaatnya salah satunya adalah menjadi tempat berinvestasi bagi masyarakat. Trend investasi belakangan ini banyak diperbincangkan oleh sebagian orang terutama pada kalangan muda yang menginginkan penghasilan secara langsung tanpa perlu melakukan pekerjaan berat.

Berdirinya sebuah perusahaan tentunya memiliki tujuan yakni jangka panjang dan jangka pendek. Tujuan jangka pendek, seperti memaksimalkan pendapatan melalui penggunaan dan pengelolaan sumber daya perusahaan, dan tujuan jangka panjang, seperti memaksimalkan nilai pemegang saham. (Novari & Lestari, 2016) dalam (Faizah & Suryono, 2020).

Seorang investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi akan memprediksi jumlah pendapatan yang akan diperolehnya dengan melihat harga saham perusahaan yang dipilihnya.

Harga saham yang lebih tinggi dapat meningkatkan pendapatan mereka, dan harga saham yang lebih rendah dapat menurunkan pendapatan mereka. Besarnya pendapatan yang dihasilkan investor akan mencerminkan pertumbuhan

nilai perusahaan yang baik (Yulianto & Widyasari, 2020) dalam (Darmayanti, N., & Anwar, S, 2021). Nilai perusahaan merupakan sebuah kondisi dimana perusahaan telah melalui proses kegiatan selama bertahun-tahun sebagai cerminan kepercayaan masyarakat pada perusahaan. Pada perusahaan yang sudah *go public* memiliki tujuan memaksimalkan nilai perusahaan melalui cara pengoptimalan harga saham dipasar modal. Nilai perusahaan adalah gambaran harga pasar perusahaan dimana harga pasar saham yang tinggi dapat diminati seorang investor untuk melakukan penanaman modalnya.

(Husnan, 2014 ) dalam (Yanti & Damayanti, 2019) mengartikan nilai perusahaan (*firm value*) sebagai harga yang bisa dibeli oleh calon pembeli ketika perusahaan telah dijual. Apabila perusahaan sudah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan dapat diartikan sebagai persepsi seorang penanam modal terhadap perusahaan itu sendiri seorang investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode yang akan datang.

Nilai perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham pada penelitian ini diprosikan menggunakan *MBV* (Miralles-Quiros *et al*, 2017) dalam (Eugenia *et al*, 2020). *MBV* merupakan alat ukur untuk menghitung nilai perusahaan, karena adanya *MBV* dapat membantu seorang penanam modal dalam menentukan strategi investasi di pasar modal. Semakin besar *MBV* di suatu perusahaan, maka akan semakin besar persepsi investor terhadap perusahaan yang memiliki keberhasilan yang tinggi dalam menciptakan nilai dan dapat memberikan pengaruh pada nilai perusahaan.

Adapun yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya yaitu karakteristik CEO. Dalam lingkungan perusahaan yang memiliki pengaruh untuk mengatur dan mengelola perusahaan salah satunya yakni seorang CEO atau di Indonesia sering dikenal sebagai direktur utama. CEO merupakan jabatan seseorang yang memiliki posisi tertinggi dalam sebuah perusahaan. Sebagai pemimpin perusahaan, CEO berperan untuk mengatur keseluruhan perusahaan dan bertanggung jawab dalam menetapkan pilihan dalam mengambil keputusan strategis serta membawa perubahan dalam perusahaan. Seorang CEO memerankan peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan strategi dan alokasi sumber daya untuk mengelola perusahaan kedepannya. Teori *Upper Echelon* menjelaskan strategi yang diambil oleh seorang pemimpin adalah cerminan dari nilai-nilai kognitif seorang pemimpin. Hal tersebut akan dapat menentukan kemampuan seorang pemimpin dalam menjelaskan situasi kondisi yang rumit, serta bagaimana cara agar situasi tersebut seharusnya dikelola dengan baik.

(Cheng dan Lo, 2006) dalam (Nurmayanti P, 2020) menyatakan CEO adalah seorang yang memiliki *power* dalam membuat keputusan berkaitan dengan strategi dan kinerja organisasional. CEO dianggap sebagai wajah perusahaan, dapat mempengaruhi perusahaan dalam hal aspek non-keuangan seperti retensi karyawan dan kepercayaan keuangan, serta aspek keuangan seperti kinerja keuangan, keuntungan dan pengembalian ekuitas perusahaan, industri, analisis, dan reputasi perusahaan secara keseluruhan (Fetscherin, 2015) dalam (Dewi & Darmayanti, 2021). Seorang CEO dengan peran dan tanggung jawab yang besar

harus memiliki kualitas yang mendukung peran dan tanggung jawabnya seorang CEO.

Karakteristik CEO dapat membentuk pola pikir seorang pemimpin yang tumbuh dari waktu ke waktu dan mempengaruhi semua keputusan yang dibuat CEO. “Teori eselon atas (Teori *Upper Echelon*) yang dikembangkan Hambrick & Mason (1984) menyatakan bahwa kognisi, nilai-nilai, dan persepsi manajemen puncak memiliki pengaruh signifikan terhadap pilihan dan *outcome* perusahaan.” Hal ini dapat diartikan manusia membuat keputusan itu dibentuk oleh keterlibatan personalitas. Dengan adanya kesulitan untuk mendapatkan data psikometrik *Chief Executive Officer*, (Hambrick & Mason, 1984) dalam (Nurmayanti P, 2020) berpendapat untuk memprediksi tindakan strategis manajemen puncak, peneliti dapat menggunakan karakteristik manajemen puncak. Karakteristik manajemen puncak yang dapat diamati meliputi gender, umur, pengalaman, dan pendidikan digunakan untuk mencerminkan perbedaan kognitif manajemen puncak. Karakteristik CEO yang menjadi fokus penelitian ini meliputi jenis kelamin, kecakapan bisnis, dan *tenure* (lama masa jabatan) merupakan dimensi karakteristik yang dapat mempengaruhi seorang CEO dalam mengambil keputusan.

Dalam penelitian karakteristik CEO, peneliti yang pertama memilih jenis kelamin sebagai salah satu yang dapat mempengaruhi gaya kepemimpinan CEO, karena dapat berdampak pada kesuksesan individu di perusahaan. Kedua memilih kecakapan bisnis, dalam dunia bisnis kecakapan bisnis yang akan menjadi bekal mutlak dan harus dimiliki seorang pemimpin eksekutif. Ketiga memilih *tenure*

(lamanya masa jabatan) dalam memimpin perusahaan. Semakin lama masa jabatan seorang CEO akan menambah tingkat optimisme CEO dalam berinvestasi sehingga menyebabkan masalah *overinvestment* yang dapat menurunkan nilai perusahaan.

Penelitian ini mempertimbangkan variabel kontrol untuk membantu dalam penyelesaian masalah yakni ukuran perusahaan, ROA, dan kondisi keuangan perusahaan.

Penelitian karakteristik CEO ini dilakukan karena terdapat beberapa alasan yaitu pertama, karakteristik individu seorang CEO perlu untuk dilakukan penelitian, sebab adanya perilaku manajemen puncak yang (diduga) tidak etis dalam menjalankan tugasnya dan tanggung jawabnya untuk mencapai tujuan perusahaan. Kedua, bertujuan untuk mengembangkan, memperluas penelitian terdahulu.

Telah ada penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh karakteristik CEO terhadap nilai perusahaan. Secara umum, PER, Rasio Tobin's Q, EPS dan MBV merupakan alat ukur untuk perhitungan nilai perusahaan. Misalnya, (Salem *et al*, 2019) dalam (Diedra & Agustina, 2021) menjelaskan bahwa karakteristik dewan mempengaruhi nilai perusahaan. (Ramdhanian *et al*, 2020) *Female* CEO memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. (Putri W. E, 2020) menyatakan tenur tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Putri W. E, 2020) Latar belakang pendidikan dewan direksi berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain juga meneliti pengaruh karakteristik terhadap kinerja perusahaan seperti (Pripamuji *et al*, 2021) menyatakan *gender* seorang CEO dan

pendidikan seorang CEO tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. (Sudana & Dwiputri, 2018) menyatakan bahwa CEO *tenure* mempengaruhi kinerja perusahaan. (Roika *et al*, 2019) menyatakan keberagaman gender dewan direksi tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

Perusahaan harus lebih berupaya dalam meningkatkan nilai perusahaan, dimana upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya dengan karakteristik *Chief Executive Officer*. Penelitian sebelumnya di Indonesia banyak yang sudah melakukan penelitian mengenai karakteristik CEO terhadap kinerja perusahaan, sedangkan penelitian yang menguji variable karakteristik CEO terhadap nilai perusahaan di Indonesia masih belum banyak dilakukan, sehingga peneliti tertarik untuk mengembangkan serta melakukan penelitian kembali mengenai faktor- faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan paparan latar belakang tentang karakteristik *chief executive officer* dan nilai perusahaan, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Karakteristik *Chief Executive Officer* (CEO) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015 – 2020”**

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah apakah Karakteristik *Chief Executive*

*Officer* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2015 – 2020?

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui adanya pengaruh Karakteristik *Chief Executive Officer* (CEO) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan di BEI pada tahun 2015 – 2020.

### 2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, diharapkan dapat menjadikan manfaat bagi akademik maupun non akademik, manfaat penelitian yang diperoleh sebagai berikut :

#### 1.) Manfaat bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi akademis mengenai pengaruh signifikan dari Karakteristik *Chief Executive Officer* (CEO) terhadap Nilai Perusahaan sehingga dapat berkontribusi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan.

#### 2.) Manfaat bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi perusahaan, perlengkapan, masukan, dan pertimbangan mengenai dampak karakteristik terhadap nilai perusahaan.

### 3.) Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai dampak karakteristik CEO terhadap nilai perusahaan suatu perusahaan perbankan dan cara pengukurannya terhadap nilai perusahaan.

### 4.) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan informasi tambahan untuk penelitian lebih lanjut di bidang manajemen keuangan, terutama pada penelitian karakteristik dan nilai perusahaan dan CEO

