

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan dan *ekspansi* perbankan berkembang dengan pesat di era globalisasi, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Situasi kehidupan setiap individu dalam dunia perbankan yang semakin hari semakin menuntut, memaksa perusahaan-perusahaan di bidang perbankan untuk terus berinovasi dalam menciptakan dan mengimplementasikan strategi untuk menjaga eksistensinya, baik secara individu maupun perusahaan. Persaingan ekonomi yang terbuka membuat setiap perusahaan atau individu harus membuat rencana strategis untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas mereka, agar dapat memandu perusahaan lain dalam upaya mereka untuk sukses dan mencapai tujuan mereka. Semua perusahaan akan melakukan segala cara untuk mencapai tujuan mereka. Pertama, perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, sedangkan dalam jangka panjang perusahaan bertujuan untuk meningkatkan kesehatan pemilik dan bisnis pemilik dengan meningkatkan nilai perusahaan (Dewi & Abundanti, 2019).

Sangat penting bagi pemilik atau manajer perusahaan untuk memenuhi harapan para pemegang saham dengan mengembangkan strategi yang efektif yang mudah digunakan dan dapat diterapkan oleh perusahaan lain. Melalui dengan mengelola bisnis secara efektif, ketika bisnis tersebut dijual, nilai perusahaan yang akan dibayar oleh calon pembeli semakin

besar. Keuntungan yang diperoleh pemilik akan sebanding dengan nilai perusahaan yang lebih tinggi. Bisnis suatu perusahaan jika dikelola secara efektif, maka nilai perusahaan dapat meningkat seiring dengan aktivitas yang dilakukannya, yang berujung pada pertumbuhan ekonomi bagi pemiliknya. Situasi perusahaan dapat digambarkan dengan nilai perusahaannya (Riska Agustina *et al.*, 2022).

Kualitas sebuah perusahaan dipertimbangkan oleh calon investor ketika perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang baik. Nilai suatu perusahaan jika semakin baik, maka semakin baik pula kinerja perusahaan. Kolaborasi antar perusahaan sangat penting bagi calon investor untuk dapat memperoleh informasi mengenai perkembangan perusahaan yang akan dikaitkan, sehingga dapat digunakan sebagai acuan untuk membuat keputusan investasi di sektor keuangan. Pendekatan utama untuk menilai nilai perusahaan adalah dengan mengevaluasi nilainya baik pada tingkat tinggi maupun rendah. Perusahaan yang *go public* cenderung memiliki harga saham yang stabil (Riska Agustina *et al.*, 2022).

Hirdinis (2019) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan tingkat kepuasan investor terhadap suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan nilai saham. Adanya investasi merupakan kekuatan pendorong utama dalam bisnis. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Mengutamakan dan mengusahakan nilai perusahaan adalah sesuatu yang penting sekali bagi sebuah perusahaan.

Perusahaan lebih berfokus dalam mencapai peningkatan kapitalisasi maksimum (Ahalik *et al.*, 2021).

Investor dapat berinvestasi di sebuah perusahaan ketika mereka melihat nilainya meningkat. Perlu dilakukan perbaikan manajemen keuangan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui langkah-langkah yang diambil. Suatu ukuran keuangan dapat berdampak pada ukuran keuangan lainnya dan dengan demikian memengaruhi nilai perusahaan. Investor memiliki kesempatan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan jika melihat jumlah dana yang digunakan akan tinggi. Sumber pendanaan berasal dari neraca internal perusahaan dan utang eksternal (Riska Agustina *et al.*, 2022).

Kecurangan (*fraud*) merupakan fenomena yang selalu menjadi bahan diskusi. Praktik kecurangan sudah ada sejak lama dan terus ada hingga saat ini. Berbagai undang-undang telah dibuat untuk memerangi kecurangan, tetapi tidak mengurangi tingkat praktik kecurangan. Perkembangan teknologi informasi diikuti dengan berkembangnya praktik-praktik kecurangan. Hal ini menjadi kasus yang serius termasuk pada perusahaan perbankan, karena dampaknya yang sangat merugikan terhadap keuangan perusahaan (Mardani *et al.*, 2020).

Kasus-kasus kecurangan di sektor publik semakin marak diberitakan di berbagai media dan surat kabar. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pejabat publik, baik di tingkat pusat maupun menengah, yang tersangkut

kasus kecurangan. Umumnya bentuk *fraud* di sektor publik yang paling banyak terjadi adalah korupsi, namun ada juga praktik-praktik kecurangan dalam pengelolaan rekening, meskipun hal ini jarang terdengar oleh masyarakat luas. Berbagai negara termasuk Indonesia telah mengklasifikasikan korupsi sebagai kegiatan kriminal yang luar biasa atau *extraordinary crime*. Berbagai negara mengambil pendekatan yang sangat keras terhadap korupsi karena dianggap sangat berbahaya (Mardani *et al.*, 2020).

Korupsi dapat terjadi di sektor perbankan, sebab perbankan memiliki peran strategis dalam memperbaiki dan memperkokoh perekonomian sosial. Sebuah sistem keuangan dalam sektor perbankan memiliki peran penting dalam kemajuan perekonomian suatu negara. Sehingga sangat penting untuk meningkatkan dampak dari sektor perbankan nasional dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat untuk mendukung kegiatan sektor riil. Sebagai sistem intermediasi, sektor perbankan berkontribusi pada perekonomian nasional. Melalui dengan memberikan pinjaman untuk membiayai bisnis masyarakat, menjadikan pendorong utama untuk meningkatkan kesehatan dan komponen penting dari sistem pembiayaan dan pembayaran nasional (Kurniyati, 2023).

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 1998 menjelaskan bahwa fungsi bank sebagai lembaga intermediasi. Menurut pasal 1 ayat 2 dari undang-undang tersebut, 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 rakyat banyak. Undang-undang diatas tidak secara khusus mengatur tindak pidana korupsi, karena hal ini diatur oleh undang-undang khusus. Hubungan dengan sektor perbankan khususnya di bidang pemberian kredit sering kali menjadi tempat terjadinya pelanggaran. Tindak pidana di bidang pemberian kredit dapat melibatkan berbagai pihak, baik internal maupun eksternal, seperti pegawai bank, anggota direksi dan dewan pengawas, investor, dan nasabah bank, yang dapat memanfaatkan situasi ini untuk kepentingannya sendiri dengan cara melanggar hukum (Kurniyati, 2023).

Direksi atau pegawai bank tidak mematuhi aturan perbankan, maka tidak menutup kemungkinan hal ini dapat berujung pada tindak pidana, karena tidak memperhatikan prinsip kehati-hatian dan dasar pemberian kredit, serta tidak melakukan penilaian yang seksama terhadap nasabah. Penipuan dalam praktik pemberian kredit yang seharusnya dianggap sebagai tindak pidana perbankan dapat berubah menjadi tindak pidana korupsi (Kurniyati, 2023). Korupsi di sektor perbankan dapat menimbulkan dampak yang luas, tidak hanya merugikan bank itu sendiri, namun juga nasabah dan masyarakat pada umumnya. Korupsi di sektor perbankan dapat menimbulkan krisis kepercayaan terhadap lembaga perbankan, mengganggu stabilitas sistem keuangan dan membahayakan perekonomian nasional. Kejahatan di sektor perbankan dapat bermanifestasi dalam

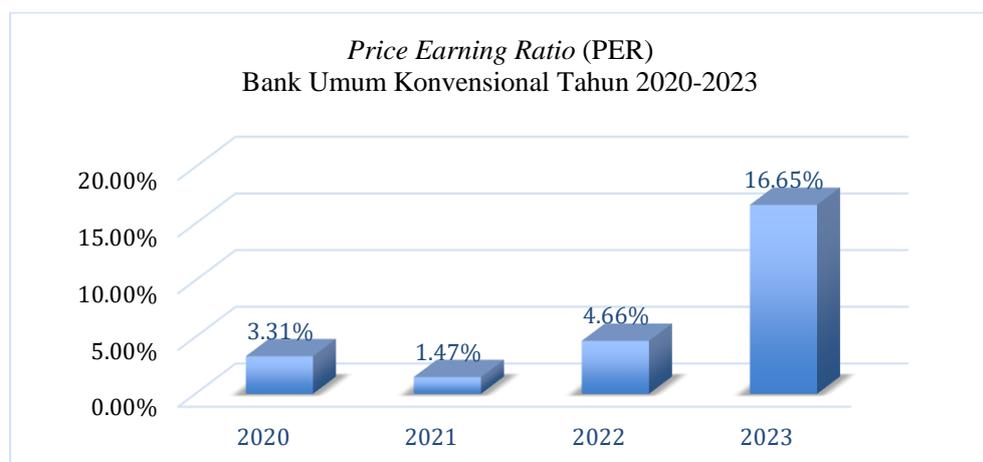
berbagai cara, terutama melalui individu-individu yang dipercayakan oleh negara untuk mengelola dan mengembangkan ekonomi (Siregar, 2023).

Fenomena yang terjadi pada Bank Negara Indonesia (BNI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) *Operasional Banking Office* (OBO) di Kabupaten Bengkalis, Riau. Diduga mantan kepala cabang BNI, Romy Rizki telah melakukan korupsi dana Penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) kepada 450 orang debitur perorangan yang nilainya mencapai RP. 46,6 miliar. Kasus korupsi tersebut terungkap setelah BNI Cabang Pembantu melakukan analisis terhadap data-data debitur kredit di lingkungan unit kerja Bank BNI KCP OBO Bengkalis pada tanggal 22-23. Total Rp. 65.200.000.000 dana telah disalurkan antara bulan Oktober 2020 dan Juni 2022. Pengelola BNI KCP OBO Bengkalis yang bertanggung jawab atas penyaluran dana KUR lalai dalam melakukan pengecekan terhadap kebenaran debitur, serta aktivitas dan aset-aset debitur sebagai penjamin. Peristiwa ini menyebabkan kerugian bagi bank tersebut (regional.kompas.com).

Peluang investasi dan nilai pasar saham memiliki dampak yang cukup besar terhadap penilaian perusahaan melalui indikator nilai perusahaan. Investasi yang dilakukan merupakan indikator positif pertumbuhan perusahaan di masa depan, yang mengarah pada peningkatan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Konsep yang paling representatif untuk menentukan nilai perusahaan adalah konsep intrinsik. Menurut konsep nilai intrinsik, nilai sebuah perusahaan tidak hanya terletak pada nilai aset tertentu, tetapi lebih pada kemampuannya

untuk menghasilkan laba di masa depan. nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Price Earning Ratio* (PER). Selain nilai perusahaan bahwa variabel *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Growth Opportunity* juga dapat mengukur sebagai kesehatan dalam perbankan, sebab investor sebelum berinvestasi dapat melihat apakah perusahaan tersebut tata kelola dan kinerja keuangannya baik atau buruk (Dede, 2021).

Price Earning Ratio (PER) menggambarkan perbedaan antara harga saham perusahaan dan laba per sahamnya. PER menunjukkan pemahaman pasar atas kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. PER menjadi model yang sering kali difungsikan oleh investor dalam menilai saham mereka. PER menghitung estimasi lamanya waktu yang diperlukan dalam memulihkan dana berdasarkan tingkat harga saham dan pendapatan perusahaan. Pengukuran PER dimungkinkan untuk menetapkan apakah harga aset tersebut wajar atau tidak berdasarkan kondisi di masa depan (Nafisah *et al.*, 2020).



Sumber : (www.idx.co.id), data diolah (2024).

**Gambar 1.1 Perkembangan *Price Earning Ratio* (PER) Pada Bank
Umum Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
Periode Tahun 2020-2023**

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, berikut ini adalah penjelasannya *Price Earning Ratio* (PER) mengalami penurunan sebesar 3,31% pada tahun 2020 menjadi 1,47% pada tahun 2021, lalu pada tahun 2022 mengalami kenaikan dari menjadi 4,66%, dan pada tahun 2023 mengalami kenaikan yang signifikan menjadi 16,65% .Data PER diatas mengalami kenaikan dua kali dan penurunan satu kali dalam periode 2020-2023. Perbankan mengalami *fluktuasi* yang signifikan. PER dapat berubah-ubah dan tidak stabil karena pada masa ekspansi ekonomi. (www.idx.co.id).

Kehadiran emisi gas rumah kaca, sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi konstruksi lingkungan, telah mendorong banyak peneliti untuk memperhitungkan dampak emisi karbon dalam penelitian mereka, dengan tujuan untuk mempromosikan inisiatif pengurangan emisi karbon di dalam perusahaan melalui sarana keuangan. Saat ini, sebagian besar peneliti telah meneliti strategi pembiayaan ramah lingkungan untuk menentukan strategi mana yang memiliki dampak terbaik dalam mengurangi emisi perusahaan, berdasarkan kuota karbon dan perdagangan emisi. Selain itu, beberapa peneliti juga telah mempertimbangkan dampak dari subsidi dan penalti pemerintah terhadap strategi pembiayaan ramah lingkungan perusahaan (Wang, 2024).

Pengertian pembiayaan secara umum mencakup berbagai sumber keuangan, dan perbankan adalah salah satunya. Keuangan hijau adalah tren terbaru di dunia perbankan. Hal ini merupakan hasil dari gerakan hijau lingkungan hidup yang dipimpin oleh para pemimpin dunia untuk melestarikan kondisi kehidupan bagi generasi mendatang. Tujuan para pemimpin dunia untuk mencapai *Sustainable Development Goals* (SDGs) pada tahun 2030 tidak akan tercapai tanpa menggunakan pendekatan perbankan ekologis. Cara baru bagi perbankan untuk memperhitungkan dampak lingkungan dari aktivitas pemberian pinjaman mereka (Julia & Kassim, 2020).

Perbankan sangat penting untuk memerankan perannya dalam meningkatkan keamanan lingkungan, dengan mempromosikan kegiatan perbankan hijau. *Green Banking* menggabungkan empat aspek kehidupan lingkungan hidup, kesehatan, ekonomi, dan masyarakat untuk membangun kehidupan yang ramah lingkungan. Hal ini dimaksudkan sebagai strategi bisnis jangka panjang yang tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga untuk mendorong partisipasi dan pelestarian lingkungan hidup di masyarakat (Zu, 2019). *Green Banking* dikenal sebagai perbankan hijau yang mengacu pada aktivitas perbankan yang mendorong praktik ekologi. Menurut *United Nations Environmental Program* (UNEP), *Green Banking* dianggap sebagai aktivitas keuangan yang dapat meningkatkan kesehatan individu dan keadilan sosial, sekaligus secara signifikan mengurangi risiko lingkungan dan menciptakan hubungan

ekologis (Rehmaan *et al.*, 2021).

Negara Indonesia, Bank Indonesia (BI) mengeluarkan Peraturan BI (PBI) No. 14/15/PBI/2012 mengenai beberapa Bank BUMN yang dinilai kualitas asetnya di tahun 2012. Peraturan tersebut ditetapkan bahwa perbankan nasional harus mempertimbangkan aspek-aspek kelestarian lingkungan hidup ketika menilai prospek dan konsekuensi bisnis mereka terhadap lingkungan hidup. Secara lebih spesifik, OJK (Otoritas Jasa Keuangan) juga telah mengeluarkan peraturan No. 15/POJK.03/2017 mengenai penerapan manajemen yang berkesinambungan di bidang manajemen keuangan untuk perusahaan dan organisasi. Sektor perbankan sebagai perusahaan jasa keuangan harus mengadopsi praktik-praktik etis dalam menjalankan aktivitasnya yang ramah lingkungan, yang membuat peran manajemen resiko dan lingkungan menjadi sangat penting (Karyani & Obrien, 2020).

Konsep *Green Banking* memiliki dua aspek, yaitu penyaluran kredit dan kegiatan operasional. Penyaluran kredit oleh bank kepada para pengusaha, dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan. Kegiatan operasional bank untuk menerapkan praktik *Green Banking* dalam bekerja sehari-hari. Salah satu bentuk *Green Banking* adalah dengan menggunakan *online banking* daripada *branch banking* (cabang perbankan). Hal ini dapat membantu mengurangi penggunaan kertas, yang dapat mengurangi *deforentasi* atau kulit kayu (Nurmalia, 2021).

Konsep *papper work* kurang tepat untuk dilakukan 100%, karena seperti yang sudah dipahami, tidak mudah untuk perusahaan menghindari atau mengurangi penggunaan kertas dalam kegiatan sehari-hari. Terlebih lagi, ketika kita melihat bisnis di kota-kota besar, gedung-gedung yang menaungi mereka dapat berkontribusi terhadap gas rumah kaca (Nurmalia, 2021). Solusinya dengan meningkatkan biaya proyek-proyek yang mengancam lingkungan, bank dapat mencoba membatasi emisi gas dalam industri ini. Di sisi lain, bank memiliki kesempatan untuk melakukan berbagai inisiatif untuk mempromosikan lingkungan yang sehat, seperti pinjaman fleksibel untuk proyek-proyek ramah lingkungan seperti pembangunan rumah dan proyek energi surya. Fokus perbankan pada ekologi tidak terbatas pada peningkatan standarnya, tetapi juga dapat memengaruhi lintasan bisnis untuk mengambil tindakan yang bertanggungjawab terhadap lingkungan dan masyarakat (Winarto *et al.*, 2021).

Praktik *Green Banking Disclosure* merupakan respons kepada tuntutan pemilik modal agar bank bertindak secara etis dan ramah lingkungan. Tidak ada pedoman atau aturan mengenai *Green Banking Disclosure* yang menjelaskan mengapa banyak bank menggunakannya dengan cara yang berbeda. Pengenalan *Green Banking Disclosure* merupakan inisiatif perusahaan yang diminta oleh para pemangku kepentingan dengan tujuan untuk mempertimbangkan tanggung jawab lingkungan perusahaan. Implementasi *Green Banking* merupakan salah satu

aspek yang disebutkan dalam laporan tahunan perusahaan perbankan. Hal ini bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat umum dan pemilik properti untuk mendapatkan pengakuan positif dari para pemimpin politik (Winarto *et al.*, 2021).

Pengungkapan *Green Banking* adalah pernyataan informasi tentang aliran material dan energi yang terkait dengan operasi perusahaan, serta pengelolaan risiko lingkungan yang terkait dengan produknya. Hal ini juga mencakup informasi mengenai produk keuangan dan lingkungan hidup yang spesifik, serta proyek-proyek yang bertanggungjawab terhadap lingkungan hidup. Pengungkapan *Green Banking* merupakan bagian penting dari pernyataan *Green Banking* dalam kegiatan sehari-hari perusahaan (Winarto *et al.*, 2021). *Green Banking* memiliki enam indikator, yaitu *Carbon Emisi*, *Green Rewards*, *Green Building*, *Reuse*, *Paper Work* atau *Paperless*, dan *Green Investment*. Berbagai faktor memengaruhi penerapan *Green Banking Disclosure* oleh bank, seperti permintaan pinjaman, faktor ekonomi, kebijakan pemerintah, pemangku kepentingan yang terlibat, kepentingan lingkungan dan aspek hukum (Handajani *et al.*, 2019).



Sumber : (www.idx.co.id), data diolah 2024.

Gambar 1.2 Perkembangan *Green Banking* Pada Bank Umum

Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Periode Tahun 2020-2023

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, berikut ini adalah penjelasannya *Green Banking* pada tahun 2020-2023 mengalami peningkatan yang signifikan dengan jumlah 9,97% tahun 2020, sedangkan tahun 2021 sebesar 12,72%, tahun 2022 sebesar 15,93%, dan tahun 2023 sebesar 89,03%. Data *Green Banking* diatas mengalami kenaikan secara terus menerus dari tahun 2020-2023. Setiap perusahaan perbankan berarti sudah menjalankan peraturan OJK tentang penerapan manajemen keuangan berkelanjutan untuk organisasi jasa keuangan dan perusahaan publik. Kondisi seperti ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih mendalam tentang posisi bank saat ini dalam hal kepatuhan mereka terhadap pengungkapan lingkungan hidup dan kesiapan mereka untuk memanfaatkan peluang di

masa depan yang timbul dari perubahan lingkungan hidup. Hal ini juga dimaksudkan dapat memandu pembuat kebijakan dalam mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang perlu ditekankan dalam rangka memberikan insentif dan motivasi bagi lembaga keuangan untuk mengadopsi praktik-praktik lingkungan hidup (Winarto *et al.*, 2021).

Sebagai bagian dari konsep *Green Banking*, bank harus mementingkan pelestarian lingkungan dalam kegiatan bisnisnya, agar terciptanya nilai perusahaan yang baik. Berbagai elemen dalam proses operasional bank terkait dengan pelestarian lingkungan dan nilai perusahaan. Ketika sebuah perusahaan telah mengadopsi *Green Banking*, maka perusahaan tersebut dapat dianggap telah memenuhi persyaratan yang disediakan oleh para pemangku kepentingan (Simanungkalit & Mayangsari, 2020). Pengelolaan *Green Banking* perbankan telah berkontribusi besar dalam meningkatkan kinerja perbankan. Upaya-upaya untuk melestarikan lingkungan dan meningkatkan kesehatan sosial individu. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, bank perlu menerapkan inisiatif *Green Banking*. Tujuannya untuk menguatkan kemampuan dalam manajemen risiko bank, terutama yang berkaitan terhadap lingkungan, dan untuk menyarankan bank agar meningkatkan penawaran kredit ramah lingkungan contohnya efisiensi energi, industri berbasis tanaman, energi terbarukan, dan *eco-tourism* yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Khan *et al.*, 2021).

Konsep perbankan ekologis memungkinkan untuk memenuhi permintaan nasabah dan mengelola isu-isu perlindungan lingkungan. Penerapan *Green Banking* yang telah baik maka nilai perusahaan akan baik juga. Praktik-praktik *Green Banking* memperhitungkan dampak lingkungan hidup bank, namun hanya sedikit yang diketahui tentang dampak positif *Green Banking* terhadap nasabah (Rai *et al.*, 2019). Pentingnya *Green Banking* memungkinkan terciptanya informasi publik mengenai operasional perusahaan yang ramah lingkungan. Suatu perusahaan akan dikatakan baik tata kelolanya, jika penerapan *Green Banking* juga baik dan telah memenuhi peraturan Otoritas Jasa Keuangan (Winarto *et al.*, 2021).

Konsep *Green Banking* berkaitan dengan tindakan sebuah lembaga keuangan yang sangat mementingkan pelestarian lingkungan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Perbankan setiap menjalankan kegiatan operasionalnya, juga harus mempertimbangkan faktor ekonomi, manajemen bank juga harus memperhatikan aspek lingkungan seperti masalah lingkungan. Tujuan utama perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian mengembalikannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Apabila aspek lingkungan suatu perbankan dalam kondisi yang baik, maka manajemen keuangan perbankan akan menjadi baik juga. Hal ini dapat menyebabkan nilai perusahaan suatu perbankan menjadi baik dan dapat menarik minat para investor (Romli & Reza Zaputra, 2022).

Penerapan *Green Banking* yang lebih baik akan lebih mudah para pemangku kepentingan untuk memantau dan memprediksi dampak kegiatan perbankan terhadap lingkungan. Penerapan *Green Banking* akan mendorong persepsi bahwa bank selain meningkatkan bisnisnya untuk meningkatkan keuntungan, juga memperhatikan aspek non-finansial seperti dampak lingkungan. Perusahaan yang mempertimbangkan langkah-langkah perlindungan lingkungan dapat meningkatkan kinerja mereka. Kepercayaan publik dapat meningkat pada perusahaan dan mendorong kesadaran akan prinsip-prinsip dari *Green Banking*. Tujuan dari pengungkapan dan penyediaan informasi mengenai praktik-praktik perbankan hijau di sektor perbankan adalah untuk memperkuat legitimasi perusahaan di mata pemilik atau investor, dengan tetap memperhatikan aspek lingkungan. Hal ini akan berdampak positif pada reputasi perbankan dan peningkatan nilai suatu perusahaan (Winarto *et al.*, 2021).

Berdasarkan penelitian terdahulu Khan *et al.*, (2021) menjelaskan bahwa *Green Banking* pengungkapan memberi pengaruh positif pada nilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut Winarto *et al.*, (2021) terdapat pengaruh *Green Banking Disclosure* yang positif signifikan pada nilai perusahaan dengan perbankan syariah. Menurut Hasna (2024) pengungkapan *Green Banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang masuk ke dalam daftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. Menurut Diana (2024) *Green Banking* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sistem tata kelola

perusahaan yang baik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Winarto & Nurhidayah (2021) terdapat pengaruh positif *Green Banking* yang meningkat terhadap nilai perusahaan. Menurut Wachyu *et al.*, (2021) *Green Banking* memengaruhi secara positif pada nilai perusahaan secara signifikan.

Berbeda dengan penelitian Mumtaz & Purwanto (2020) menjelaskan bahwa *Green Banking* memberi pengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Romli dan Ali (2021) variabel implementasi *Green Banking* mempunyai pengaruh negatif pada nilai perusahaan. Menurut Citra & Dwi (2022) *Green Banking* tidak secara langsung berpengaruh signifikan ke nilai perusahaan. Menurut Simanungkalit & Mayangsari (2020) *Green Banking* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Tiara & Jayanti (2022) variabel *Green Banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Romli dan Zaputra (2022) *Green Banking* mempunyai pengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Sektor perbankan harus waspada dan terbuka untuk mengembangkan strategi lingkungan jangka panjang. Kesadaran dari beberapa pihak untuk melakukan perbaikan dan pengelolaan lingkungan hidup yang lebih baik lagi. Hal ini menyebabkan banyak dunia usaha yang berjuang untuk menciptakan lingkungan sosial dan lingkungan yang lebih positif dan lebih sejalan dengan kata lain sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap perusahaan (*corporate*) (Rosita & Yovhan, 2020). Konsep

CSR memperluas tanggung jawab perusahaan di luar kepentingan mereka sendiri dengan melibatkan karyawan, pelanggan, otoritas, komunitas dan lingkungan. CSR mencakup berbagai tindakan proaktif dan reaktif yang berfokus pada elemen internal dan eksternal, dengan tujuan meningkatkan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan (Bolibok, 2021).

Sebagian besar studi awal mengenai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) didasarkan pada data dari perusahaan-perusahaan yang ada di negara maju. Namun, langkah-langkah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sama diterapkan di negara-negara berkembang dapat memiliki konsekuensi ekonomi yang sangat berbeda dengan yang terjadi di negara-negara maju. Oleh karena itu, mempelajari dampak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan-perusahaan di negara berkembang memungkinkan kita untuk mengeksplorasi lebih jauh peran yang dimainkannya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memainkan peran penting dalam aktivitas perusahaan di berbagai tahap perkembangan ekonomi dan dalam konteks budaya yang berbeda (Guo *et al.*, 2024).

Perusahaan yang sadar sosial dapat memfungsikan informasi CSR sebagai satu diantara banyaknya keunggulan kompetitif perusahaan mereka. Selama beberapa dekade terakhir, CSR telah menjadi pendamping yang konstan bagi perusahaan. Adanya globalisasi, isu-isu politik, ekonomi, budaya dan sosial menjadi semakin dekat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berawal dari kebutuhan untuk mengadopsi sikap tanggung jawab

perusahaan, sejalan dengan visi keberlanjutan (Silva *et al.*, 2024). Herman (2018) mengenai CSR melibatkan tanggung jawab dalam konteks sosial dan lingkungan perusahaan serta interaksi dengan setiap pemangku kepentingan yang tujuannya ada di pengembangan bisnis berkelanjutan.

Negara-negara yang mengadopsi sistem *common law* cenderung berfokus pada pemangku kepentingan utama, yang berarti komitmen mereka terhadap CSR sangat rendah. Di sisi lain, negara-negara yang mengadopsi sistem hukum perdata cenderung lebih berfokus pada investor, yang mengarah pada komitmen yang kuat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Kerangka hukum yang beragam memiliki konsekuensi terhadap keterlibatan CSR (Latrous *et al.*, 2024). Pemerintah Indonesia telah menerapkan inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mencapai komitmen sosial dan lingkungan sejak tahun 2007. Di Indonesia, CSR berfokus pada kontribusi keuangan sukarela, yang dimotivasi oleh kedermawanan (*philantropy*), dan belum dilihat sebagai inisiatif keterlibatan masyarakat. Setiap perusahaan diwajibkan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sesuai yang ditentukan dalam Undang-undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 serta diperjelas dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial dan hukum terbatas (Astuti, 2020).

Perusahaan dapat menerapkan strategi komersial dengan memasukkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam strategi komersialnya untuk menimbulkan citra atau *representasi* positif

perusahaan. Perusahaan diwajibkan untuk memberikan pengakuan CSR dalam bentuk *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks (CSRDI)*. CSRDI terdiri dari pengungkapan informasi yang berhubungan dengan ekonomi, lingkungan dan masyarakat dalam laporan keberlanjutan perusahaan. Penilaian dan ungkapan CSR akan memungkinkan para pemangku kepentingan untuk mengevaluasi dari implementasi CSR dan memberi sanksi atau penghargaan kepada perusahaan berdasarkan hasil evaluasi mereka. Peningkatan transparansi CSR mengindikasikan adanya pertumbuhan aktivitas operasional perusahaan, yang berarti efisiensi keuangan perusahaan semakin baik, yang berdampak pada jumlah dividen yang dibagikan dan nilai perusahaan (Astuti, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) mengacu pada tindakan dan strategi yang dilakukan dengan mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan dan tiga dimensi utama, yaitu manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan. Kontribusi sosial perusahaan terhadap produktivitas belum diteliti secara memadai. Meskipun penelitian sebelumnya telah meneliti adanya hubungan antara peraturan lingkungan hidup dan kemajuan teknologi lingkungan. Namun belum ada penelitian yang mendalam mengenai efek sinergis antara peraturan lingkungan hidup dan CSR atau bahkan sebaliknya (Hou, 2024).

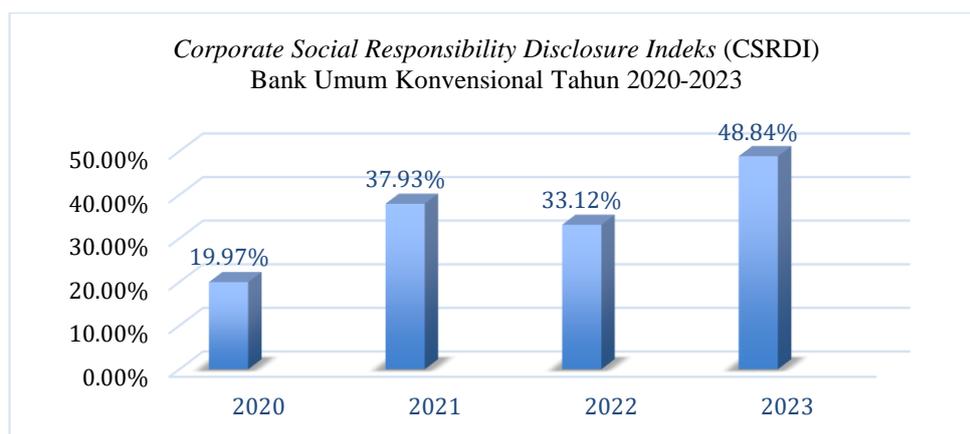
Aspek yang paling aktif dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab perusahaan terhadap kualitas produk yang dipasarkannya. Di bidang ini, semuanya relatif sederhana dan tidak

bertentangan. Meningkatkan kualitas produk termasuk peningkatan karakteristik fisik dan lingkungan, serta peningkatan layanan dan dukungan perusahaan yang berkontribusi pada berbagai tujuan pembangunan berkelanjutan dan memperkuat posisi pasar mereka (Karlibaeva *et al.*, 2024) CSR dapat menjadi sarana pemasaran/promosi bagi perusahaan jika dilaksanakan secara konsisten. Menerapkan CSR artinya akan ada pengeluaran berbagai biaya untuk perusahaan. Banyaknya biaya ini bisa menjadi tanggungan atau beban yang berujung pada penurunan pendapatan, kemudian persentase keuntungan pun turun. Adanya implementasi CSR, maka perusahaan akan memiliki citra yang positif termasuk nilai perusahaannya (Rival *et al.*, 2021). *Corporate Social Responsibility* (CSR) memandu perencanaan aksi strategis berdasarkan prinsip-prinsip keberlanjutan. Pendekatan ini mendorong praktik manajemen yang bertanggungjawab di berbagai sektor yang memiliki dampak signifikan terhadap partisipasi masyarakat, termasuk bidang-bidang seperti pendidikan bagi kaum muda (Fernandez *et al.*, 2024).

Menurut *Global Reporting Initiative* (GRI), CSR terdiri dari tiga indikator, yaitu aspek sosial, aspek lingkungan, dan aspek ekonomi. Aspek ekonomi dari CSR menyangkut kemampuan perusahaan dalam menciptakan, mendistribusikan dan meningkatkan pendapatan yang berdampak pada kondisi ekonomi kepada masyarakat. Aspek lingkungan dari CSR mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap konsekuensi lingkungan dari kegiatan industri. Aspek sosial dari CSR

menyoroti perusahaan dari sisi tanggung jawab sosial, sehingga ini akan berdampak pada kesehatan dan keselamatan karyawan dan penduduk setempat (Rival *et al.*, 2021).

Peningkatan penerapan audit ekologi di Indonesia terdapat beberapa langkah yang perlu dilakukan. Pertama, dengan mengadopsi standar-standar yang digunakan di seluruh dunia. Perlu ditetapkan standar-standar yang akan diadopsi, untuk memaksa perbankan yang kegiatannya berdampak pada lingkungan untuk mematuhi. Penerapan standar GRI G4 diharapkan dapat membantu perbankan untuk memahami dan mengkomunikasikan implikasi ekonomi dari isu-isu keberlanjutan perbankan. Melalui penerapan GRI G4 oleh perbankan, diharapkan perusahaan bisa memberikan hasil laporan keberlanjutan yang terstandarisasi yang dihasilkan bisa berguna dan dapat dimanfaatkan oleh para pemangku kepentingan (Faiqoh & Mauludy, 2019).



Sumber : (www.idx.co.id), data diolah 2024.

**Gambar 1.3 Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada
Bank Umum Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Periode Tahun 2020-2023**

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, berikut ini adalah penjelasannya *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan pada tahun tahun 2020 sebesar 19,97% menjadi 37,93% tahun 2021. Pada tahun 2022-2023 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 33,12% menjadi 48,84% tahun 2023. CSR pada bank yang ada di dalam daftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2020-2023 terjadinya *fluktuasi* (naik turun). Tata kelola perusahaan memainkan peran penting dalam keberhasilan penemuan perbankan ramah lingkungan, ketika risiko masukan dari pemangku kepentingan muncul. Tata kelola perusahaan didefinisikan sebagai sistem manajemen internal perusahaan. Tujuan utamanya adalah untuk mengelola eksposur risiko secara signifikan dalam rangka mencapai tujuan ekonomi, mengelola aset perusahaan, dan menumbuhkan minat investor secara berkesinambungan (Wahab & Syam, 2022).

Corporate Social Responsibility (CSR) berperan penting meningkatkan nilai perusahaan pada bank yang masuk dalam daftar di BEI (Wahab & Syam, 2022). Kegunaan inisiatif CSR bertujuan untuk meningkatkan atau memperkuat partisipasi masyarakat setempat. CSR juga dapat digunakan sebagai bentuk investasi bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan dan ekspansi yang berkelanjutan. Hal ini menjadikan nilai perusahaan akan baik di publik. Tata kelola CSR yang baik

menunjukkan perusahaan itu dapat menjalankan kewajiban-kewajiban keberlanjutannya dengan baik (Rival *et al.*, 2021).

CSR adalah bentuk komitmen perusahaan sosial terhadap masyarakat dan lingkungan yang timbul dari konsekuensi kegiatan mereka. Masyarakat dapat menjadi peka terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. CSR merupakan satu diantara beberapa cara perusahaan untuk mengurangi masalah sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan aktivitasnya. Adanya tingkat nilai perusahaan yang tinggi, maka sebuah perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dalam hal penjualan karena mendapatkan reaksi positif dari masyarakat (Rahmah, 2019). Sejak tahun 2007, Pemerintah Indonesia memprakarsai pelaksanaan program-program CSR yang bertujuan untuk mencapai komitmen sosial dan lingkungan. Kinerja CSR yang lebih baik, maka reputasi perusahaan di masyarakat dapat ditingkatkan dan berpengaruh ke nilai perusahaan tersebut, sehingga dapat menarik banyak minat dari para investor (Kweeswara & Irawan, 2023).

Kinerja sosial yang optimal akan condong pada hasil keuangan yang lebih aman dan terstruktur. Meningkatnya citra atau reputasi perusahaan, hal ini bisa menurunkan tingkat resiko bisnis dan memperoleh lebih banyak dukungan dari regulator. Hal ini akan mengarah pada peningkatan investasi untuk memenuhi harapan berbagai *stakeholder* dan peningkatan nilai perusahaan (Afifah *et al.*, 2021). Semua perusahaan yang menerapkan CSR tentunya memiliki keunggulan kompetitif tersendiri. CSR kini harus disebutkan di dalam laporan tahunan perusahaan. Ungkapan ini dapat

berdampak pada reputasi positif perusahaan di sorotan publik dan investor. Pandangan positif tersebut menarik lebih banyak perhatian dari investor, kemudian akan berujung pada kenaikan nilai perusahaan (Tarmadi Putri & Mardenia, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu Rifani (2021) menyatakan bahwa CSR memberikan pengaruh signifikan pada nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor perbankan ditahun 2017-2019. Menurut Anggi *et al.*, (2018) CSR memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Desitta & Iwan (2020) CSR secara signifikan memberi pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Suidah & Purbowati (2019) terdapat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Menurut Susilo *et al.*, (2019) semakin tinggi CSR perusahaan yang dikeluarkan oleh perusahaan, maka akan baik pula kinerja serta sistem kerja perusahaan tersebut, sehingga semakin baik pula nilai perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan Perbankan Indonesia. Menurut Fitri & Haryati (2022) CSR memberi pengaruh yang positif dan tidak signifikan untuk nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian Nur *et al.*, (2021) CSR memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Menurut Tasrmadi Putri & Mardenia (2019) CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Mohamad (2022) CSR tak mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Astuti (2020) CSR tidak berpengaruh secara signifikan pada nilai perusahaan. Menurut Romli & Ali (2021) tanggung jawab sosial perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut Kusuma *et*

al., (2022) CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Growth Opportunity atau pertumbuhan perusahaan akan mencerminkan suatu perusahaan berkembang atau tidak. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan positif yang tinggi biasanya akan memperoleh arus kas yang tinggi di masa depan serta kapitalisasi pasar yang tinggi, yang akan mendorong investor untuk berinvestasi. Tingkat pendapatan perusahaan dipengaruhi oleh peluang investasi. Saat pertumbuhan perusahaan positif, yang mendorong investor untuk berinvestasi lebih banyak, hal ini akan berdampak positif pada peringkat pasarnya. *Growth Opportunity* adalah hasil dari dana yang dilakukan atau arus kas dari perubahan operasi, seperti pertumbuhan atau penurunan volume bisnis (Ramdhonah *et al.*, 2019).

Growth Opportunity atau kemungkinan untuk meningkatkan pertumbuhan, misalnya dengan memanfaatkan peluang untuk melakukan investasi dalam rangka mencapai nilai pasar yang lebih tinggi dari nilai perusahaan. Oleh karena itu, ada kecenderungan bagi perusahaan untuk bertumbuh. Tujuannya untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mengembangkannya di masa depan. Perusahaan perlu untuk terus mengambil langkah-langkah yang luas dan menyediakan sumber daya yang diperlukan (Sulistiyowati *et al.*, 2022).

Growth Opportunity dapat berdampak pada nilai perusahaan, karena hal ini dapat diamati melalui pertumbuhan aset perusahaan. Saat sebuah perusahaan memiliki aset yang efisien, maka perusahaan tersebut dianggap

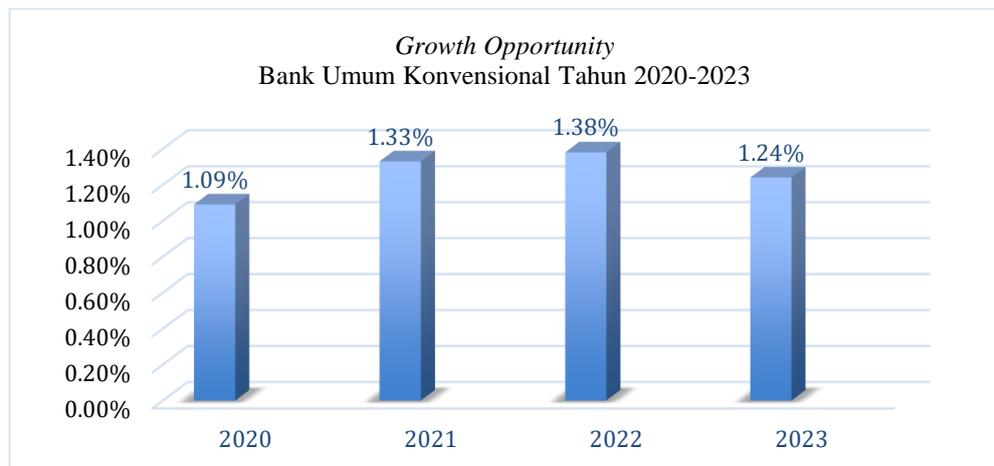
mampu mengelola sumber daya saat ini untuk menghasilkan laba (Pratiwi & Budiarti, 2020). Profitabilitas perusahaan secara langsung terkait dengan jumlah produk yang dijualnya. Ketika penjualan meningkat secara signifikan atau stabil, bisa saja memiliki dampak positif pada laba perusahaan, akan tetapi yang semestinya diperhitungkan oleh manajemen ketika menentukan nilainya. Kecepatan perkembangan perusahaan akan berdampak pada kemampuannya untuk mempertahankan laba di masa depan (Fajriah *et al.*, 2022).

Growth Opportunity adalah perubahan (penurunan dan kenaikan) total aset perusahaan. pertumbuhan aset pada tahun lalu memberikan informasi mengenai profitabilitas dan pertumbuhan di masa yang akan datang. Aset perusahaan adalah aset yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu, seharusnya dapat meningkatkan kinerja operasi perusahaan, memperkuat kepercayaan diri dan mengirimkan sinyal positif kepada internal dan eksternal perusahaan (Sulistiyowati *et al.*, 2023).

Menurut Fauziah & Sudiyatno (2020) *Growth Opportunity* merupakan ketika aset perusahaan meningkat atau menurun selama periode tertentu. Aset ialah sumber daya yang digunakan untuk menjalankan operasi dari perusahaan. Perusahaan yang meningkatkan asetnya setiap tahun mengindikasikan peningkatan dalam operasinya yang membutuhkan peningkatan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi investor dan mencapai tingkat pengembalian yang tinggi. Nilai aset yang terus

meningkat mengindikasikan bahwa bisnis perusahaan juga terus berkembang, sehingga membuka jalan bagi pertumbuhan pendapatan di masa depan (Ramdhonah *et al.*, 2019). Hal ini memungkinkan investor untuk memahami sinyal positif yang mengarah pada respons positif dari investor, mungkin merujuk pada kenaikan nilai perusahaan, yang mengarah pada peningkatan saham perusahaan (Kammagi & Veny, 2023).

Growth Opportunity dapat dinilai dengan menggunakan perubahan aktiva. Semakin banyaknya total aset yang dimiliki perusahaan dari waktu ke waktu, investor menjadi lebih percaya diri dengan investasi mereka, karena imbal hasil yang diharapkan lebih terjamin (Jonnardi, 2020). Pertumbuhan aset perusahaan sangat diharapkan, karena hal ini dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan ketika melakukan investasi. *Growth Opportunity* dapat diamati melalui tingkat pertumbuhannya, yang dapat dipengaruhi oleh investasi eksternal. Ketika tingkat pertumbuhannya lebih rendah, maka hal ini dapat menyebabkan adanya tambahan kebutuhan bagi perusahaan yang harus dipenuhi dari sisa laba. Disimpulkan bahwa *Growth Opportunity* dapat diukur melalui aset yang dimilikinya, baik aset fisik maupun aset keuangan. *Growth Opportunity* dapat dipengaruhi oleh dana eksternal (Pratiwi & Budiarti, 2020).



Sumber : (www.idx.co.id), data diolah 2024.

Gambar 1.4 Perkembangan *Growth Opportunity* Pada Bank Umum Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2020-2023

Berdasarkan table 1.4 diatas terlihat dimana *Growth Opportunity* mengalami peningkatan pada tahun 2020-2022, tahun 2020 sebesar 1,09%, tahun 2021 sebesar 1,33%, tahun 2022 sebesar 1,38%. Pada tahun 2023 mengalami penurunan sebesar 1,24%. Dari data diatas mengalami kenaikan dua kali dan mengalami satu kali penurunan. *Growth opportunity* mengalami *fluktuasi* (naik turun) pada tahun 2020-2023. Hal ini dikarenakan adanya pandemi covid-19 sehingga *Growth Opportunity* suatu perusahaan mengalami *fluktuasi*. *Growth Opportunity* bergantung pada kepercayaan investor *eksternal* yang telah menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut (Pratiwi & Budiarti, 2020).

Growth Opportunity akan meningkatkan tingkat profitabilitas, karena pertumbuhan memberikan keuntungan bagi investor. Akibatnya, permintaan investor terhadap saham perusahaan meningkat, kemudian saham naik dan nilai perusahaan meningkat. Nilai aset yang terus meningkat menandakan bisnis perusahaan juga sedang naik sehingga memiliki potensi dalam menghasilkan pendapatan yang tinggi di masa depan (Ramdhonah *et al.*, 2019). Investor di perusahaan dengan pertumbuhan tinggi cenderung membatalkan investasi mereka, karena sebagian besar keuntungan akan diperoleh investor obligasi. Beberapa perusahaan yang mempunyai tingkat peluang untuk pertumbuhan tinggi akan jauh lebih banyak memfungsikan *spin-off* menjadi metode untuk mengurangi masalah pelacakan dan meningkatkan transparansi. Akibatnya, perusahaan dengan pertumbuhan tinggi bisa saja mempunyai asimetri informasi yang lebih tinggi dan biaya seleksi serta merugikan yang lebih tinggi daripada perusahaan dengan pertumbuhan rendah, karena ketidakpastian yang terkait dengan proyek-proyek baru atau pertumbuhan bisnis mereka (Putri & Ayu Diantini, 2022).

Growth Opportunity adalah total perubahan aset, baik naik maupun turun selama periode tahun tersebut. Perusahaan yang bertumbuh memiliki peluang untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka. *Growth Opportunity* adalah bisnis yang mengalami pertumbuhan tinggi. Selama pertumbuhan, investasi yang tepat akan menghasilkan profitabilitas di masa depan (Supami, 2018). Pertumbuhan suatu bisnis akan mengarah pada peningkatan tingkat profitabilitas yang tinggi, karena pertumbuhan ini

memiliki keuntungan bagi investor. Sebagai contoh, bisnis yang berkembang akan menunjukkan peningkatan nilai perusahaan (Putri & Ayu Diantini, 2022).

Potensi investasi dapat memengaruhi indikator penilaian perusahaan di pasar saham. Sebagai contoh, jika pertumbuhan perusahaan dianggap positif, hal ini dapat membangkitkan minat investor dan mendorong mereka untuk berinvestasi di perusahaan itu. Tentu saja hal ini akan berdampak positif pada nilai perusahaan, dan membuat perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat di bidang ekonomi (Putri & Ayu Diantini, 2022). Peluang investasi mempunyai dampak yang cukup besar terhadap penilaian perusahaan melalui indikator nilai pasar saham. Bisa saja memberikan indikasi positif terhadap pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang dengan adanya kesempatan untuk berinvestasi. Hal ini meningkatkan permintaan investor terhadap perusahaan-perusahaan terbuka yang menyebabkan kenaikan harga saham dan peningkatan jumlah perusahaan terbuka. Pertumbuhan (*growth*) mengacu pada integrasi bisnis ke dalam sistem ekonomi untuk industri atau sistem ekonomi secara keseluruhan yang serupa (Yanda, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu Fajriah *et al.*, (2022) *Growth Opportunity* mempengaruhi secara positif dan cara keberlanjutan pada nilai perusahaan. Menurut Suryandani (2018) *Growth Opportunity* mempunyai dampak yang positif pada nilai perusahaan. Menurut Aeni & Asyik (2019) *Growth Opportunity* akan memengaruhi secara positif pada nilai

perusahaan. Menurut Isnawati & Widjajanti (2019) *Growth Opporrtunity* memberi pengaruh secara positif pada nilai perusahaan. Menurut Parta & Ida (2018) *Growth Opportunity* bisa saja memengaruhi secara signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Menurut Putri & Tio (2020) *Growth Opportunity* dengan signifikan memengaruhi secara positif pada nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian Fauziah & Sudiyatno (2020) *Growth Opportunity* memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan akan menurunkan nilai perusahaan. Menurut Ukhriyawati & Dewi (2019) *Growth Opportunity* memberi pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Yunita & Luh (2019) *Growth Opportunity* adanya pengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Antoro *et al.*, (2020) *Growth Opportunity* bisa saja memengaruhi secara tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Jeconiah & Hastuti (2020) *Growth Opportunity* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Kartolo & Tanusdjaja (2019) *Growth Opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Green Banking, Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Perbankan di Indonesia Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2020-2023).”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah disebutkan, peneliti ini terdapat batasan masalah yang bertujuan untuk menghindari permasalahan yang diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Variabel yang digunakan meliputi *Green Banking* dihitung menggunakan *Green Banking Disclosure Indeks*, *Corporate Social Responsibility* dihitung memfungsikan *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks*, *Growth Opportunity* dihitung menggunakan nilai total aktiva pada tahun bersangkutan : nilai total aktiva pada tahun sebelumnya, dan nilai perusahaan dihitung menggunakan *Price Earning Ratio (PER)*.
2. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perbankan konvensional yang telah masuk dalam daftar di BEI periode tahun 2020-2023.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diperoleh beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Green Banking* memengaruhi pada nilai perusahaan terhadap perusahaan perbankan konvensional di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* memengaruhi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan konvensional di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023?

3. Apakah *Growth Opportunity* memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan konvensional di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023?
4. Apakah *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Growth Opportunity* secara simultan berpengaruh pada nilai perusahaan pada perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023?

D. Tujuan Penelitian

Untuk dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik dan tepat sasaran, maka penelitian ini harus memiliki tujuan. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk membuktikan pengaruh *Green Banking* pada nilai perusahaan terhadap perusahaan perbankan konvensional di Indonesia yang masuk di dalam daftar di BEI periode tahun 2020-2023.
2. Untuk membuktikan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan konvensional di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023.
3. Untuk membuktikan pengaruh *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan konvensional di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023.
4. Untuk membuktikan pengaruh *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Growth Opportunity* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan

konvensional di Indonesia yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023.

E. Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diberikan dalam penelitian ini merupakan beberapa kontribusi yang mampu dihasilkan yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penulis mengharapkan penelitian ini bisa dijadikan sumber refleksi bagi seluruh perusahaan atau institusi yang menyadari pentingnya penelitian ini tentang penerapan *Green Banking* dalam praktik keuangan yang ramah lingkungan dengan *Corporate Social Responsibility* dalam mewujudkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial serta *Growth Opportunity* yang dapat dijadikan pertimbangan dari perusahaan dalam melakukan investasi pada suatu hal yang lebih memberikan keuntungan pada nilai perusahaan.

Memperluas wawasan mengenai pengaruh penerapan *Green Banking*, *Corporate Social Responsibility*, dan *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan, dan menjadi referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki konsep yang sama dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Perusahaan

Manfaat dari penelitian ini dalam perusahaan atau lembaga keuangan yaitu riset ini dapat dijadikan bahan

referensi terhadap perusahaan atau bank untuk mengevaluasi risiko masalah lingkungan secara signifikan serta menciptakan hubungan ekologis agar kedepannya lebih memperhatikan praktik keuangan yang ramah lingkungan.

b. Masyarakat

Manfaat empiris dari penelitian ini untuk pemerintah atau masyarakat agar mampu memberikan solusi serta kritik atau saran untuk mengurangi atau mencegah terjadinya kerugian keuangan dengan cara menampung semua pendapat dan masukan orang lain dan dipertimbangkan lebih dalam lagi.

c. Bagi Penelitian Lainnya

penulis berharap bahwa penelitian ini bisa dijadikan referensi, pedoman, atau acuan bagi peneliti lainnya untuk mengangkat tema penelitian ini atau melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.