

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah 10 bank dengan aset terbesar yang ada di Indonesia, yaitu:

Tabel 1.1
Daftar 10 Bank Terbesar Berdasarkan Aset

No.	Nama Bank	Total aset	Tanggal Terdaftar di BEI
1.	PT Bank Mandiri, Tbk.	Rp 418,176 triliun	14 Juli 2003
2.	PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.	Rp 364,444 triliun	10 Nov 2003
3.	PT Bank Central Asia	Rp 329,494 triliun	31 Mei 2000
4.	PT Bank Negara Indonesia, Tbk.	Rp 233,538 triliun	25 Nov 1996
5.	PT Bank CIMB Niaga, Tbk.	Rp 146,104 triliun	29 Nov 1989
6.	PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.	Rp 118,768 triliun	06 Des 1989
7.	PT Pan Indonesia Bank, Tbk.	Rp 110,239 triliun	29 Des 1982
8.	PT Bank Permata, Tbk.	Rp 82,04 triliun	15 Jan 1990
9.	PT BII, Tbk.	Rp 74,307 triliun	21 Nov 1989
10.	PT Bank Tabungan Negara, Tbk.	Rp 70,471 triliun	17 Des 2009

(Sumber: www.bisnis.news.viva.co.id, diakses pada 19 Januari 2013)

PT Bank Tabungan Negara, Tbk. nantinya tidak dapat digunakan sebagai sampel, karena baru terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada 17 Desember 2009.

1.1.1 Profil Singkat PT Bank Mandiri, Tbk.

Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah yaitu Bank Bumi

Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia dilebur menjadi Bank Mandiri, di mana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

1.1.2 Profil Singkat PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

1.1.3 Profil Singkat PT Bank Central Asia

BCA resmi berdiri pada tanggal 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia NV. Banyak hal telah dilalui sejak berdirinya itu, dan yang paling signifikan yaitu krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997.

Per Desember 2009, BCA telah memiliki 875 kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, dua kantor perwakilan di luar negeri yaitu di Nassau, Hongkong dan Singapura. Selain itu, BCA telah memiliki 6.611 ATM BCA yang tersebar di seluruh Indonesia dan sampai akhir 2009 total nasabah BCA mencapai 1,7 juta nasabah, meningkat dari 1,2 juta nasabah pada tahun 2008. Pada bulan Juli 2009, BCA mendapat penghargaan Bank berpredikat " Bank Nasional Papan Atas" pada acara Infobank Awards 2009.

1.1.4 Profil Singkat PT Bank Negara Indonesia, Tbk.

Berdiri sejak tahun 1946, BNI atau yang dikenal sebagai Bank Negara Indonesia, merupakan bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Kemampuan BNI untuk beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan lingkungan, sosial budaya serta teknologi dicerminkan melalui penyempurnaan identitas perusahaan yang berkelanjutan dari masa ke masa. Hal ini juga menegaskan dedikasi dan komitmen BNI terhadap perbaikan kualitas kinerja secara terus menerus. Melalui semangat perjuangan yang berakar pada sejarahnya, BNI bertekad untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi negeri, serta senantiasa menjadi kebanggaan negara.

1.1.5 Profil Singkat PT Bank CIMB Niaga, Tbk.

PT Bank CIMB Niaga Tbk atau yang lebih dikenal dengan CIMB Niaga adalah sebuah bank yang berdiri pada tahun 1955. Saat ini CIMB Niaga merupakan bank terbesar kelima di Indonesia dilihat dari sisi aset, dan diakui prestasi dan keunggulannya di bidang pelayanan nasabah dan pengembangan manajemen. Saat ini mayoritas saham Bank CIMB Niaga dimiliki oleh CIMB Group.

1.1.6 Profil Singkat PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.

PT Bank Danamon Indonesia, Tbk. didirikan pada 1956. Saat ini, Bank Danamon adalah salah satu institusi keuangan terbesar di Indonesia dari jumlah pegawai sekitar 61,875 (termasuk karyawan anak perusahaan) pada September 2011 yang berfokus untuk merealisasikan visinya: “Kita peduli dan membantu jutaan orang mencapai kesejahteraan.”

1.1.7 Profil Singkat PT Pan Indonesia Bank, Tbk.

Panin Bank merupakan salah satu bank komersial utama di Indonesia. Didirikan pada tahun 1971 hasil merger dari Bank Kemakmuran, Bank Industri Jaya, dan Bank Industri Dagang Indonesia dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia tahun 1982 sebagai bank *Go Public*.

1.1.8 Profil Singkat PT Bank Permata, Tbk.

Bank Permata merupakan salah satu bank nasional di Indonesia. Pemegang Saham saat ini dimiliki konsorsium Standard Chartered Bank dan PT Astra Internasional Tbk. Pada 2004, Bank Permata memiliki Unit Usaha Syariah. Direktur Utamanya saat ini adalah David Martin Fletcher.

1.1.9 Profil Singkat PT Bank Internasional Indonesia, Tbk.

PT Bank Internasional Indonesia Tbk (BII) didirikan 15 Mei 1989. Setelah mendapatkan izin sebagai bank devisa pada 1988, BII mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya (sekarang Bursa Efek Indonesia atau BEI) pada tahun 1989. Sejak menjadi perusahaan publik, BII telah tumbuh menjadi salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

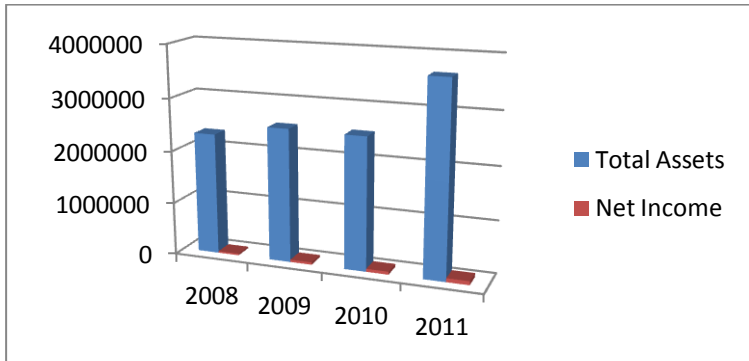
Berawal dari permasalahan kegagalan pembayaran kredit perumahan (*subprime mortgage default*) di Amerika Serikat, krisis kemudian menggelembung merusak sistem perbankan bukan hanya di AS namun meluas hingga ke Eropa lalu ke Asia. Secara beruntun menyebabkan efek domino terhadap solvabilitas dan likuiditas lembaga-lembaga keuangan di negara-negara tersebut, yang antara lain menyebabkan kebangkrutan ratusan bank, reksadana, perusahaan sekuritas, dana pensiun dan asuransi.

Dari berbagai kritik para ahli, bahwa problem tersebut dipicu maraknya penggelembungan harga perumahan di AS yang didorong kebijakan-kebijakan Bank Sentral Amerika yang kurang *pruden* untuk menstabilkan sistem keuangan sejak bertahun-tahun. Kondisi ini didorong oleh keuangan untuk memelihara permintaan properti perumahan agar tetap tinggi, maka bank-bank di Amerika Serikat banyak mengucurkan kredit perumahan terutama bagi kalangan berpenghasilan rendah yang tidak memiliki kapasitas keuangan yang memadai. Kredit perumahan ini kemudian direstrukturisasi secara *hibrid* agar lebih menarik bagi investor yang terdiri dari bank, perusahaan sekuritas, reksadana, dana pensiun dan asuransi. Namun, banyak kredit yang tidak terbayar dalam jumlah besar dan merata. Akibatnya, bank-bank kesulitan untuk membayar dan investor dengan cepat menarik dananya dari produk-produk perbankan di saat harga masih tinggi sehingga hal ini memacetkan perputaran uang di pasar hipotik. Hal ini menyebabkan pula struktur pasar uang yang produknya saling terkait satu sama lain menjadi terganggu. Termasuk juga jaminan obligasi utang sebagai bentuk investasi kolektif dari *subprime mortgage*.

Kondisi perbankan di Indonesia justru menunjukkan hal sebaliknya, perbankan di Indonesia semakin membaik meski tekanan krisis keuangan global semakin terasa. Berdasarkan statistik perbankan Indonesia yang dipublikasikan oleh BI, total aset dan pendapatan bersih bank-bank di Indonesia secara umum mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Berikut diagram pertumbuhannya:

Gambar 1.1

Bank's Total Assets and Net Income 2008-2011 in Indonesia
(dalam Milyar Rupiah)



Source: Indonesian Banking Statistics Published by BI (diakses 08 Nov 2012)

Untuk mencapai pertumbuhan pendapatan dan aset tersebut bank-bank di Indonesia tentu saja membutuhkan strategi yang tepat dalam mengembangkan bisnisnya, menjaga agar ukuran perusahaan tetap besar, peningkatan laba, serta tingkat hutang/*leverage* yang sesuai dengan kebutuhan pendanaan agar eksistensi perusahaan tetap terjaga dan dapat terus berkembang.

Tjiptono (2001: 132) mengemukakan bahwa diversifikasi produk yaitu upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.

Diversifikasi merupakan strategi jangka panjang yang dapat diterapkan untuk menambah nilai perusahaan. Diversifikasi sendiri merupakan bentuk pengembangan usaha dengan cara memperluas jumlah segmen secara bisnis maupun geografis maupun memperluas *market share* yang ada atau mengembangkan berbagai produk yang beraneka ragam. Hal ini dapat dilakukan dengan membuka usaha baru, memperluas lini produk yang ada,

memperluas wilayah pemasaran produk, membuka kantor cabang, melakukan merger dan akuisisi untuk meningkatkan skala ekonomis dan cara yang lainnya.

Dilihat dari karakteristik perusahaan yang ada di Indonesia, banyak perusahaan terutama yang sudah menjadi perusahaan *go public* merupakan bagian dari kelompok bisnis. Bentuk usaha konglomerasi yang dibangun dari perusahaan keluarga merupakan ciri khas perusahaan menengah dan besar di Indonesia. Perusahaan tersebut biasanya dipimpin oleh *holding company* yang membawahi berbagai anak perusahaan yang tersebar dalam berbagai segmen usaha atau merupakan perusahaan yang terdiversifikasi.

Untuk melihat level diversifikasi perusahaan, salah satunya dapat menggunakan ukuran jumlah segmen usaha yang dimiliki perusahaan. Informasi tersebut dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Berdasarkan PSAK No. 05 Revisi 2000 mewajibkan setiap perusahaan yang memiliki berbagai segmen usaha dan geografis yang masing-masing segmennya telah memenuhi kriteria penjualan, aktiva dan laba usaha tertentu untuk melaporkan segmen usaha tersebut sebagai bagian dari laporan keuangan yang diterbitkan.

Perbedaan pendapat mengenai dampak positif dan dampak negatif yang mungkin timbul akibat diversifikasi ini pun terus bermunculan. Li dan Wong (2003: 260) dalam Harto (2007: 209) meneliti hubungan diversifikasi perusahaan dengan kinerja pada perusahaan-perusahaan besar di Cina. Pemilihan strategi yang tepat akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Mereka menemukan bahwa strategi diversifikasi pada bidang yang saling terkait (*related diversification*) menjadi kurang optimal akibat ketidakpastian perilaku institusional. Sedangkan jika hanya melakukan diversifikasi pada bidang yang tidak berkaitan (*unrelated diversification*) justru akan menurunkan nilai perusahaan. Matching antara strategi diversifikasi yang

berkaitan dengan diversifikasi yang tidak berkaitan merupakan strategi optimal yang akan menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik.

Dampak positif dari diversifikasi juga dikemukakan oleh Jandik dan Makhija (2005) dalam Harto (2007: 210). Mereka meneliti dampak diversifikasi terhadap kinerja perusahaan pada industri elektrik di US. Hasilnya menunjukkan bahwa diversifikasi dapat menghasilkan peningkatan kinerja dan terdapat premium diversifikasi yang signifikan. Hal ini dikarenakan karakteristik industri elektrik yang mengalami *maturity* dan inefisiensi serta *overinvestment* yang terjadi pada segmen bisnis mereka. Diversifikasi pada segmen bisnis yang berbeda akan membuka kesempatan investasi yang baru.

Pada sisi lain, diversifikasi dapat menimbulkan dampak negatif. Perusahaan multi segmen diduga menempatkan investasi yang terlalu besar pada lini usahanya dengan kesempatan investasi yang rendah. Sedangkan Jensen (1986: 2) dalam Setionoputri dkk (2009: 3) mengemukakan bahwa manajer perusahaan yang memiliki *free cashflow* yang besar cenderung untuk mengambil investasi yang menurunkan nilai (*value decreasing*) dan proyek yang memiliki *net present value* yang negatif ketika mengalokasikan pada segmen usaha mereka. Billett dan Mauer (1998: 2) dalam Setionoputri dkk (2009: 3) mengatakan bahwa perusahaan multi segmen melakukan investasi secara tidak optimal dengan memberikan subsidi kepada segmen usaha yang kinerjanya buruk dengan sumber daya yang berasal dari segmen usaha yang kinerjanya menguntungkan sehingga pada akhirnya perusahaan memiliki mekanisme pasar intern yang menurunkan nilai perusahaan.

Bagi pihak yang memandang adanya dampak negatif dari dilakukannya diversifikasi usaha beranggapan bahwa semakin banyak segmen usaha yang dimiliki oleh perusahaan maka kinerja perusahaan akan semakin menurun. Hal tersebut didasarkan pada alasan bahwa manajer-manajer divisi pada

perusahaan diversifikasi yang akan dibebani target oleh kantor pusat yang justru sering mementingkan kinerja divisinya sehingga sering mengakibatkan kerugian pada divisi lainnya. Hal ini muncul pada kasus *transfer pricing* antar divisi dan lebih meningkat pada perusahaan konglomerasi yang memiliki banyak sekali divisi sehingga *goal congruence* yang ditetapkan oleh kantor pusat sering kurang efektif sehingga kinerja perusahaan menurun (Anthony dan Govindarajan, 2000) dalam Harto (2007: 208). Pendapat ini sejalan dengan hasil penelitian Berger dan Ofek (1995) dalam Harto (2007: 208) yang menyimpulkan bahwa level diversifikasi berpengaruh negatif terhadap *excess value*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Harto (2007: 216) yang menyimpulkan bahwa *excess value* perusahaan yang terdiversifikasi lebih rendah daripada *excess value* perusahaan yang beroperasi pada segmen tunggal.

Sebenarnya diversifikasi perusahaan tidak selalu memiliki dampak negatif. Hal ini dibuktikan oleh Harto (2007) yang menemukan perusahaan yang terdiversifikasi mengalami penurunan hutang sedangkan perusahaan segmen tunggal justru mengalami peningkatan *leverage*.

Strategi diversifikasi yang dilakukan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan harus melakukan penambahan aset untuk dipergunakan pada usaha yang baru. Penambahan aset di sini nantinya akan berpengaruh terhadap kondisi keuangan perusahaan terutama di sisi kebutuhan modal.

Pengaruh lain hutang adalah likuiditas yang terjaga selain dapat mendukung aktivitas operasional perusahaan yang dapat meningkatkan pendapatan juga dapat memberikan jaminan kepada pemegang saham bahwa perusahaan mampu membayar dividen.

Earning growth suatu perusahaan diukur menggunakan persentase pertumbuhan laba tahun tertentu dibanding dengan tahun sebelumnya. Kemampuan perusahaan membayar dividen kepada pemegang saham

ditunjukkan melalui kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Semakin tinggi laba suatu perusahaan maka kemampuan perusahaan untuk membayar dividen kepada pemegang saham juga meningkat, hal tersebut dapat menunjukkan kinerja perusahaan yang makin baik. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Setionoputri (2009) dan Sari (2009) yang menyatakan *earning growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan yang terdiversifikasi.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu tolak ukur besar kecilnya suatu perusahaan. Dengan ukuran perusahaan yang besar maka bisa dikatakan perusahaan tersebut juga besar. Perusahaan yang besar dianggap mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang kecil. Penelitian Setionoputri dkk (2009) menemukan hubungan positif ukuran perusahaan terhadap kinerja yang diukur menggunakan *excess value*, hal ini mendukung penelitian Harto (2007) yang menunjukkan semakin tinggi ukuran perusahaan maka semakin tinggi kinerjanya.

Pada dasarnya strategi diversifikasi, *leverage*, *earning growth*, dan ukuran perusahaan merupakan komponen penting dalam memaksimalkan kinerja perusahaan. Berdasarkan permasalahan di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Strategi Diversifikasi, *Leverage*, *Earning Growth* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”**

1.3 Perumusan Masalah

Masalah yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap kinerja perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh *earning growth* terhadap kinerja perusahaan?

4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan?
5. Bagaimana pengaruh strategi diversifikasi, *leverage*, *earning growth*, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap kinerja perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana pengaruh strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan.
2. Mengetahui bagaimana pengaruh *leverage* terhadap kinerja perusahaan.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh *earning growth* terhadap kinerja perusahaan.
4. Mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan.
5. Mengetahui Bagaimana pengaruh strategi diversifikasi, *leverage*, *earning growth*, dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap kinerja perusahaan

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti lain, dapat dilakukan sebagai bahan referensi untuk perluasan penelitian selanjutnya.
2. Bagi investor, dapat digunakan sebagai informasi untuk menentukan keputusan dalam berinvestasi.
3. Bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai referensi strategi baru dalam pengembangan usaha perusahaan serta sebagai dasar

penyusunan kebijakan manajemen perusahaan, dalam upaya untuk meningkatkan nilai tambah pemilik perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan mendukung pemecahan permasalahan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode pengolahan data, serta teknik analisa data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan secara rinci mengenai pembahasan dan analisa-analisa yang dilakukan sehingga akan jelas gambaran permasalahan yang terjadi serta menguraikan deskriptif objek penelitian dan hasil analisisnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan akhir dari hasil analisis data dan berisi saran-saran yang berguna dan dianggap perlu dalam penelitian.