

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Karakteristik Bank

Karakteristik bank menggambarkan kondisi internal pada suatu bank, kondisi internal tersebut dapat mencakup faktor-faktor internal yang dapat menggambarkan kinerja dan efisiensi yang terdapat disuatu bank itu sendiri . Karakteristik bank dapat dilihat dari segi financial maupun non financial. (Pasiouras dan Zopounidis : 2008)

2.1.1 *Return On Average Asset (ROAA)*

Istilah kinerja atau *performance* sering dikaitkan dengan kondisi keuangan perusahaan. Menurut Sukhemi (2007) mengemukakan bahwa “kinerja dapat diartikan sebagai prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut”. Kinerja menjadi hal penting yang harus dicapai setiap perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Menurut Jumingan (2006), Kinerja merupakan gambaran prestasi yang dicapai perusahaan dalam kegiatan operasionalnya baik menyangkut aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek penghimpunan dana dan penyaluran dana, aspek teknologi, maupun aspek sumber daya manusianya.

Dari definisi di atas dapat dijelaskan bahwa kinerja adalah suatu bentuk prestasi pencapaian perusahaan dalam kegiatan operasional di berbagai aspek sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan pengertian kinerja keuangan menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut: Jumingan (2006) menyatakan kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas. Gibson (2011, h303) menyatakan

“return on average assets measures the firm’s ability to utilize its assets to create profits by comparing profits with the assets that generate the profits”.

Sesuai dengan Gibson, Prihadi (2008) mengemukakan ROAA bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan aset untuk memperoleh laba dan mengukur hasil total untuk seluruh kreditor dan pemegang saham selaku penyedia sumber dana. Dengan kata lain, Rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian laba bersih terhadap penggunaan keseluruhan jumlah aset serta dinyatakan dalam bentuk persen (%). Dalam perhitungan rasio ini, total aset yang digunakan adalah rata-rata dari suatu total aset (awal tahun dan akhir tahun) selama periode perhitungan. Ini dikarenakan penggunaan rata-rata total aset dapat memberi nilai tambah bagi investor untuk mengetahui pertumbuhan, penurunan atau faktor signifikan lainnya dalam suatu bisnis. Semakin tinggi persentase rasio ini semakin baik penggunaan aset secara efisien untuk memperoleh keuntungan bersih dalam kegiatan operasional perusahaan.

Hal ini selanjutnya meningkatkan daya tarik perusahaan yang menjadikan perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat perolehan pengembalian atas investasi aset akan semakin besar. Menurut Darsono dan Ashari (2005) untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dengan ROAA, dapat dilakukan dengan membandingkan rasio ROAA tersebut dengan tingkat pengembalian rata-rata pada industri yang sama. Jika perolehan persentase ROAA perusahaan lebih tinggi dibanding rasio rata-rata maka perusahaan dianggap baik karena menandakan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari aset yang diinvestasikan. Sebaliknya, semakin rendah persentase rasio ini dari rasio rata-rata maka daya tarik investor semakin menurun karena membuat tingkat perolehan pengembalian atas investasi aset akan semakin kecil. Cara untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan adalah bermacam – macam dan tergantung pada laba dan aktiva atau modal mana yang akan diperbandingkan satu dengan yang lainnya. Apakah yang akan diperbandingkan yaitu laba yang berasal dari operasional atau usaha, atau laba netto setelah pajak diperbandingkan dengan keseluruhan aktiva berwujud atau yang akan diperbandingkan itu laba neto sudah pajak dengan modal sendiri. Dengan adanya bermacam – macam cara penilaian profitabilitas suatu perusahaan, maka tidak mengherankan kalau ada beberapa perusahaan yang berbeda – beda dalam cara menghitung profitabilitasnya. Pokok terpenting adalah profitabilitas mana yang akan dipergunakan sebagai alat mengukur kinerja keuangan dalam perusahaan yang bersangkutan.

Return on Average Asset (ROAA) merupakan salah satu cara menghitung kinerja keuangan perusahaan dengan membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total asset perusahaan. ROAA merefleksikan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas sumber daya keuangan yang ditanamkan pada perusahaan. Sehingga alasan penulis menggunakan ROAA untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan karena rasio ROAA ini dalam analisis keuangan mempunyai arti yang sangat penting yaitu merupakan salah satu teknik yang bersifat menyeluruh (*comprehensive*). Analisis rasio ROAA merupakan teknik analisis yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

Keuntungan bank merupakan kompensasi atas risiko yang ditanggung oleh perusahaan. Keuntungan bank menunjukkan kemampuan bank dalam mengelola asset-asetnya untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh sebuah bisnis. Melalui keuntungan, bank dapat meningkatkan kemampuannya dalam melaksanakan operasionalnya. Keuntungan bank juga dapat berasal dari simpanan masyarakat berupa giro, tabungan dan deposito. Keuntungan bank dapat diperoleh dari selisih antar bunga yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga yang diterima dari peminjam. Keuntungan bank dapat diukur melalui *Return On Average Asset*. Pengukuran ini digunakan untuk menganalisis kemampuan manajemen bank didalam mengelola asetnya guna memperoleh keuntungan.

2.1.2 Cost (Biaya Bank)

Pengertian efisiensi itu sendiri telah didefinisikan oleh banyak pakar ekonomi dan manajemen, diantara adalah pengertian Efisiensi menurut Malayu S.P Hasibuan yaitu

“Perbandingan terbaik antara input (masukan) dan output (hasil), antara keuntungan dengan biaya (antara hasil pelaksanaan dengan sumber yang digunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas” (1994 ; 07)

Biaya adalah salah satu aspek yang dapat mempengaruhi laba. Jika biaya lebih besar dari pada pendapatan maka perusahaan akan mengalami kerugian, tetapi jika biaya lebih kecil dari pendapatan maka perusahaan akan mengalami untung.

Menurut Mulyadi menjelaskan pengertian biaya sebagai berikut:

“Biaya dalam arti luas adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam arti sempit Biaya dapat diartikan sebagai pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh aktiva.” (2000:8)

Farrel (1957) telah mengemukakan bahwa efisiensi sebuah perusahaan terdiri dari dua komponen, yaitu:

1. *technical efficiency*

Technical efficiency menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mencapai tingkat output yang maksimal pada tingkat input tertentu.

2. *allocative efficiency.*

Sedangkan *allocative efficiency* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memilih kombinasi input yang optimal pada tingkat harga dan teknologi tertentu.

Selanjutnya kedua pengukuran ini dapat dikombinasikan untuk menghasilkan suatu pengukuran yang lebih luas yang dikenal dengan “*total economic efficiency*,” atau *cost efficiency* bila yang menjadi perhatian adalah cost bukan produksi. Menurut Pasiouras dan Zopounidis (2008) menjelaskan bahwa biaya bank menunjukkan kemampuan bank didalam mengelola pengeluaran seefisien mungkin untuk menggunakan asset bank dalam memperoleh keuntungan. Sedangkan Weygant et al (2005) menyatakan bahwa biaya adalah nilai yang ditukarkan atas sesuatu yang diperoleh . Menurut Jacob (2009) biaya terdiri dari :

1. Biaya Tetap

Biaya tetap merupakan suatu biaya yang konstan tidak tergantung pada suatu tingkat output tertentu. Contohnya biaya sewa, pajak, gaji karyawan.

2. Biaya Variabel

Biaya variable merupakan biaya yang berubah secara langsung apabila terjadi perubahan tingkat output. Contohnya biaya tenaga kerja.

Yi-Kai Chen (2001) dalam penelitiannya mengenai efisiensi lembaga perbankan memberikan konsep efisiensi yang agak berbeda dari yang telah dikemukakan di atas. Menurut peneliti ini, efisiensi lembaga perbankan dapat dipecah menjadi empat macam efisiensi yaitu :

1. *Scale Efficiency*

Scale efficiency adalah pengukuran tingkat efisiensi berkaitan dengan skala usaha bank yang biasanya digambarkan oleh jumlah assetnya. Penelitian yang dilakukan oleh Humphrey (1990) mengungkapkan bahwa kurva average cost

industri perbankan berbentuk U-shape agak datar dimana kelompok bank berskala medium terlihat sedikit lebih efisien dibandingkan dengan kelompok bank berskala besar dan berskala kecil. Walaupun demikian, penelitian ini tidak dapat menunjukkan secara tepat titik terendah dari kurva U-shape tersebut sebagai titik efisiennya (*the scale efficient point*).

2. *Scope Efficiency*

Scope efficiency mengukur tingkat efisiensi bank berkaitan dengan ruang lingkup (*scope*) usaha bank. Efisiensi diukur berdasarkan tingkat *scope of economies*. Jika terdapat *scope of economies* berarti bank yang mempunyai produk beragam (*multiple products*) lebih efisien dari pada bank spesialis. Sebaliknya, dalam keadaan terdapat *scope diseconomies* maka bank spesialis beroperasi secara lebih efisien dibandingkan dengan bank dengan *multiple products*.

3. *Pure Technical Scope efficiency*

Mengukur tingkat efisiensi bank berkaitan dengan ruang lingkup (*scope*) usaha bank. Efisiensi diukur berdasarkan tingkat *scope of economies*. Jika terdapat *scope of economies* berarti bank yang mempunyai produk beragam (*multiple products*) lebih efisien dari pada bank spesialis. Sebaliknya, dalam keadaan terdapat *scope diseconomies* maka bank spesialis beroperasi secara lebih efisien dibandingkan dengan bank dengan *multiple products*.

Didalam biaya (*cost*) ini dimaksudkan untuk suatu perusahaan agar dapat mengefisienkan biaya yang dikeluarkan demi memperoleh keuntungan sesuai yang diharapkan. Keuntungan yang maksimal dapat dilakukan dengan cara menerapkan system yang bagus dan rencana yang matang. Biaya yang dikeluarkan secara matang dan efisien dapat di gunakan untuk mengembangkan perusahaan itu sendiri agar menjadi lebih baik lagi dan lebih maju agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat yang menggunakan jasa perbankan di Indonesia.

2.1.3 Market Power

Ekonomi industri mempelajari kebijakan perusahaan dalam menghadapi persaingan dan konsumen (termasuk dalam menentukan harga, iklan, serta penelitian dan pengembangan produk). Jumlah dan ukuran distribusi penjualan dapat mempengaruhi harga yang diukur dengan kekuatan pasar (*market power*). Market power adalah kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi harga pasar dan atau mengalahkan pesaing (Douglas F. Greer, *Industrial Organization and Public Policy*, 1992). *Market power* adalah suatu ukuran kinerja yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga di atas biaya marjinal (Church dan Ware, 2000). Jika dikaitkan dengan bentuk struktur pasar, perusahaan di pasar persaingan sempurna tidak memiliki market power, sedangkan perusahaan di pasar monopoli memiliki tingkat market power yang paling besar.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin kompetitif sebuah pasar berarti semakin rendah market power yang ada, dan sebaliknya semakin pasar tidak kompetitif, market power yang ada di pasar tersebut akan menunjukkan tingkatan yang semakin tinggi. Analisa mengenai tingkat persaingan yang terjadi di suatu pasar dengan menggunakan ukuran market power telah menjadi fokus utama dalam kajian ekonomi industri, termasuk di dalamnya analisa tingkat persaingan di industri perbankan. Sebagai sebuah industri yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus spending unit) dengan pihak yang memerlukan dana, maka peran perbankan sangat vital dalam menunjang proses pembangunan. Jika terjadi distorsi pada fungsi industri perbankan, sehingga memunculkan kinerja yang inefisien, maka proses mediasi antara pihak yang memerlukan dana dengan pemilik dana akan mengalami hambatan. Dengan adanya hambatan tersebut, maka dana yang ada tidak dapat digunakan untuk membiayai proyek-proyek pembangunan.

Melihat pentingnya fungsi perbankan bagi perkembangan perekonomian, pemerintah akan berusaha menjaga agar industri perbankan tetap dapat menjalankan fungsi mediasi yang diembannya. Berbagai kebijakan akan dikeluarkan pemerintah untuk meningkatkan efisiensi di industri perbankan. Industri perbankan Indonesia mulai mengalami perkembangan yang signifikan sejak dikeluarkannya paket deregulasi kebijakan pada tahun 1983, yang disebut Cole dan Slade (1996) sebagai Fase Reformasi 1983, yang kemudian dilanjutkan dengan Fase Pembebasan Hambatan Masuk pada tahun 1988, dengan paket

kebijakan yang terkenal dengan istilah PAKTO 88. Dampak dari berbagai deregulasi tersebut adalah meningkatnya fungsi mediasi perbankan yang tercermin dari peningkatan nilai dana pihak ketiga yang dihimpun dan peningkatan nilai kredit yang disalurkan.

Deregulasi tersebut juga diyakini berhasil meningkatkan efisiensi industri perbankan yang ditandai dengan menurunnya tingkat konsentrasi di industry perbankan. Penurunan tingkat konsentrasi di suatu pasar akan berdampak positif terhadap efisiensi pasar didasarkan atas pandangan dari pendekatan *Structure-Conduct-Performance* (SCP), dimana baik buruknya kinerja suatu pasar sangat tergantung pada bentuk struktur pasar yang terjadi. Semakin terkonsentrasi pasar maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga di atas biaya marjinal, yang berarti *market power* yang diperoleh akan semakin tinggi. Tingginya *market power* tersebut diindikasikan sebagai semakin rendahnya tingkat persaingan. Kompetisi sering dihubungkan dengan situasi persaingan beberapa pihak dalam memperebutkan sesuatu. Kompetisi juga sering dikaitkan dengan *market power* meskipun sebenarnya kedua hal ini berbeda.

Market power mengacu pada perilaku perusahaan secara individual dalam mengatur strategi harga sementara persaingan lebih berkaitan dengan interaksi anggota pasar atau lebih bersifat agregat (de Rozas, 2007). Chandler (1938) berpendapat bahwa persaingan di dalam industri perbankan bukan persaingan sempurna melainkan monopoli yang kemudian ditambah dengan kolusi untuk mengatur kompetisi harga dan non-harga. Alhadeff (1951) mendukung pernyataan Chandler dengan menyatakan bahwa bank tidak mungkin berada dalam situasi

yang benar-benar bersaing karena dalam situasi persaingan murni bank baru terancam akan bangkrut dan hal ini akan membahayakan perekonomian secara makro karena keruntuhan sebuah bank dapat menular ke bank-bank lain.

Persaingan antar bank bisa terjadi karena perebutan sumber daya yang produktif, misalnya pada deposito, tabungan, dan penyaluran kredit yang merupakan sumber pendapatan. Kompetisi non-harga antar bank bisa berbentuk hadiah dan promosi untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya. Kompetisi juga dapat berbentuk produk dan jenis layanan baru yang didukung oleh perkembangan teknologi yang mampu menekan biaya produksi dan distribusi. Beberapa penelitian menyimpulkan bahwa pasar perbankan yang lebih terkonsentrasi dan memiliki tingkat kompetisi yang rendah, memiliki buffer dalam menghadapi kerentanan; ini membuat perbankan lebih stabil. Pada sisi lain, kondisi seperti ini juga memberikan insentif pengambilan resiko yang berlebihan.

Terdapat dua pandangan yang berlawanan tentang hubungan antara tingkat kompetisi perbankan yang tinggi dan kesehatan perbankan; pertama pandangan tradisional yang menyatakan bahwa kompetisi perbankan yang tinggi akan meningkatkan suplai kredit bagi perusahaan-perusahaan yang membutuhkan. Pendapat ini juga didukung oleh Claessens Kompetisi Industri Perbankan Indonesia dan Laeven (2003) yang menemukan bahwa kompetisi yang tinggi di sektor keuangan dapat mendorong peningkatan efisiensi produksi, kualitas produk keuangan, dan tingkat inovasi. Peningkatan kompetisi juga diharapkan dapat menekan biaya jasa intermediasi menjadi lebih efisien karena waktu yang

dibutuhkan untuk mengurus kredit jauh lebih singkat dan akhirnya akan meningkatkan pendapatan bank (di Patti dan Dell'ariccia, 2004).

Sebaliknya, suku bunga yang tinggi akan mengurangi investasi untuk riset dan pengembangan, sehingga inovasi akan terhambat dan produktivitas perusahaan pada akhirnya menurun (Cetorelli, 2001). Lindgren, Garcia, dan Saal (1996) menyebutkan bahwa pasar perbankan yang kompetitif akan memanfaatkan kekuatannya sendiri untuk mereduksi bank-bank yang lemah sekaligus mendorong keberadaan bank-bank sehat.

2.1.4 *Firm Size*

Machfoedz (1994) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi menjadi 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Menurut Sitepu dan Siregar (2007) variabel ukuran perusahaan (*Size*) diukur dengan menggunakan logaritma natural (\ln) dari *total assets*, yaitu untuk menyeimbangkan hasil total aktiva dengan variabel lainnya agar hasilnya tidak bias, dikarenakan total aktiva memiliki jumlah yang besar. Alasan lainnya karena besarnya *total assets* masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim.

Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data *total assets* perlu di Ln kan (Syafitri, 2011). Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan (*firm size*) dapat diartikan sebagai besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari nilai equity, nilai perusahaan ataupun hasil nilai aktiva dari suatu perusahaan (Bambang, 2001). Ukuran perusahaan (*size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aktiva. Menurut Gitman dalam Raida (2010) dari segi kemauan dan *prestise* investor secara alternatif akan lebih menyakini pada perusahaan yang berukuran besar untuk menanamkan dananya daripada perusahaan yang berukuran kecil. Suatu bank yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total asetnya. Bank dengan kualitas aset yang baik dapat dikatakan bahwa bank dapat terhindar dari prediksi kondisi bermasalah. Semakin besar bank maka akan semakin meningkatkan kepercayaan dikalangan investor maupun nasabah. Besarnya tingkat kepercayaan nasabah akan menghindarkan bank dari kondisi bermasalah, karena nasabah maupun investor akan memberikan kepercayaan dengan menanamkan investasi di bank tersebut sehingga peluang mengalami kondisi bermasalah semakin rendah dengan besarnya kepercayaan nasabah terhadap bank. Aktiva merupakan tolok ukur besaran atau skala suatu perusahaan. Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya

.Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian (*certainty*) yang lebih besar daripada perusahaan kecil sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan ke depan. Hal tersebut dapat membantu investor memprediksi risiko yang mungkin terjadi jika ia berinvestasi pada perusahaan itu. Setiap perusahaan berusaha untuk memperbesar ukuran dalam rangka memperbanyak asset yang dimiliki oleh perusahaan.

2.1.5 *Capital Strength*

Menurut Riyanto (2001) struktur modal adalah perimbangan atau perbandingan utang dengan modal sendiri. Keputusan struktur modal berkaitan dengan pemilihan sumber dana baik yang berasal dari dalam maupun dari luar, sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Sumber pendanaan di dalam suatu perusahaan dibagi menjadi dua kategori yaitu :

1. Pendanaan Internal

Pendanaan internal dapat diperoleh dari sumber laba ditahan dan depresiasi

2. Pendanaan Eksternal

Pendanaan eksternal dapat diperoleh para kreditor atau yang disebut dengan utang dari pemilik, peserta, atau pengambil bagian dalam perusahaan atau yang disebut sebagai modal.

Proporsi atau bauran dari penggunaan modal sendiri dan utang dalam memenuhi kebutuhan dana perusahaan disebut struktur modal perusahaan.

Dalam keputusan pembelanjaan ini akan ditentukan perimbangan yang optimal dari berbagai sumber dana yang akan digunakan. Yang dimaksud dengan struktur pendanaan adalah perimbangan antara utang dengan modal sendiri (saham). Berbagai macam faktor mempengaruhi struktur modal yaitu perusahaan yang mengikuti *balanced theory* dan perusahaan yang mengikuti *pecking order theory*. *Pecking order theory* adalah salah satu teori yang mendasari keputusan pendanaan perusahaan. Myers (1984) dalam Husnan (1996) mengemukakan argumentasi mengenai adanya kecenderungan suatu perusahaan untuk menentukan pemilihan sumber pendanaan yang berdasarkan pada *pecking order theory*. Myers (1984) berpendapat bahwa keputusan pendanaan berdasarkan *pecking order theory* yang dikemukakan pada tahun 1961 mengikuti urutan pendanaan sebagai berikut:

- ❖ Perusahaan lebih menyukai pendanaan dari sumber internal.
- ❖ Perusahaan menyesuaikan target pembayaran dividen terhadap peluang investasi.

Bila dana eksternal dibutuhkan, perusahaan akan memilih sumber dana dari utang karena dipandang lebih aman dari penerbitan ekuitas baru sebagai pilihan terakhir sebagai sumber untuk memenuhi kebutuhan investasi. *Pecking order theory* adalah salah satu teori yang mendasarkan pada asimetri informasi. Asimetri informasi akan mempengaruhi struktur modal perusahaan dengan cara membatasi akses pada sumber pendanaan dari luar. Myers dan Majluf (1984) dalam Husnan

(1996) menunjukkan bahwa dengan adanya asimetri informasi, investor biasanya akan menginterpretasikan sebagai berita buruk apabila perusahaan mendanai investasinya dengan menerbitkan ekuitas.

Menurut Husnan (1998), teori struktur modal menjelaskan apakah ada pengaruh perubahan struktur modal terhadap nilai perusahaan, seandainya keputusan investasi dan kebijakan dividen dipegang konstan. Dengan kata lain, jika perusahaan mengganti sebagian modal sendiri dengan utang atau sebaliknya apakah harga saham akan berubah. Tetapi kalau dengan merubah struktur dananya ternyata nilai perusahaan berubah, maka akan diperoleh struktur pendanaan yang terbaik. Kecukupan modal menunjukkan kemampuan bank dalam mempertahankan modal yang memadai dan kemampuan manajemen bank dalam mengidentifikasi, mengukur, mengawasi dan mengontrol risiko-risiko yang timbul yang dapat berpengaruh terhadap besarnya modal bank (Kuncoro, 2006).

Menurut Mishkin (2008), modal bank digunakan untuk melindungi bank dari kemungkinan penurunan nilai aset, yang dapat mendorong bank menjadi insolven, yaitu bank memiliki kewajiban yang lebih besar daripada asetnya. Menurut Vives (dalam Pasiouras dan Zopounidis, 2008), modal bank menjadi titik utama dari peraturan bank sebagai tren umum untuk memperkenalkan kompetisi di perbankan dan untuk memeriksa pengambilan risiko (risk-taking) dengan persyaratan modal dan pengawasan yang tepat. Besarnya modal suatu bank akan mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja bank. Kecukupan modal diukur dengan perbandingan modal dengan total asset (the ratio of capital to total assets). Rasio modal bank terhadap asset merupakan rasio modal bank dan

cadangan terhadap total asset. International Monetary Fund (2010) menjelaskan bahwa:

“Capital and reserves include funds contributed by owners, retained earnings, general and special reserves, provisions, and valuation adjustments. Capital includes tier 1 capital (paid-up shares and common stock), which is a common feature in all countries' banking systems, and total regulatory capital, which includes several specified types of subordinated debt instruments that need not be repaid if the funds are required to maintain minimum capital levels (these comprise tier 2 and tier 3 capital). Total assets include all nonfinancial and financial assets.”

Yang berarti Modal dan cadangan mencakup dana disumbangkan oleh pemilik, laba ditahan, cadangan umum dan khusus, ketentuan, dan penyesuaian valuasi. Modal meliputi modal tier 1 (saham yang disetor dan saham biasa), yang merupakan fitur umum dalam sistem perbankan semua negara, dan jumlah modal peraturan, yang mencakup beberapa jenis tertentu instrumen hutang subordinasi yang tidak perlu dibayar jika dana diperlukan untuk mempertahankan tingkat modal minimum. Jumlah aktiva mencakup semua aset non finansial dan keuangan.

2.1.6 Loan Activity

Menurut Pasiouras dan Zopounidis (2008) loan activity mengindikasikan kemampuan bank didalam memenuhi permintaan kredit dengan menggunakan total asset yang dimiliki. Hanna Roades (1987) menyatakan bahwa tingginya tingkat rasio dari *loan activity* terjadi karena adanya penetrasi pasar yang kuat dan dilakukan menarik oleh nasabah. Sedangkan rendahnya aktivitas pemberian pinjaman yang dilakukan bank dapat mengindikasi bahwa bank melakukan

kegiatan pemberian pinjaman kepada masyarakat dalam rangka untuk meningkatkan pendapatan bank.

Hal ini karena diharapkan dengan memberikan pinjaman kepada nasabah, bank akan menerima bunga dari hasil pemberian biaya tersebut. Semakin tinggi rasio dari kegiatan pemberian pinjaman yang diberikan kepada masyarakat semakin rendah tingkat likuiditas yang dimiliki oleh bank karena jumlah aset yang digunakan untuk membiayai kredit semakin besar. Bagi bank, kredit adalah aset yang akan menghasilkan pendapatan sehingga porsi sangat dominan. Dalam kondisi normal kredit bank merupakan 70% - 80% dari total aset sebuah bank. Besarnya porsi kredit yang disalurkan perbankan dalam aktiva bank menunjukkan pentingnya peranan kredit dalam rangka menghasilkan pendapatan bunga. Oleh karena itu, pengelolaan kredit menjadi prioritas utama dalam pengelolaan bank (Setyari, 2007). Kredit yang disalurkan oleh sistem perbankan pada umumnya ditujukan untuk tiga penggunaan (Manurung, 2004) yaitu :

❖ Kredit Modal Kerja (KMK)

Diberikan untuk tujuan komersial, yaitu membuat perusahaan mampu menjalankan usahanya sekalipun arus kas masuk untuk sementara masih lebih kecil daripada arus kas keluar.

❖ Kredit Investasi

Diberikan kepada debitur agar dapat membeli barang-barang modal dan jasa, yang diperlukan dalam rangka rehabilitasi, modernisasi, ekspansi, relokasi, dan pendirian usaha baru.

❖ Kredit Konsumtif

Consumer loan yaitu kredit yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dana bagi debitur yang ingin membeli barang atau kebutuhan-kebutuhan konsumtif

Bagi investor sebuah bank yang memiliki loan activity yang tinggi berarti banyak dana yang dapat disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk prekreditasi. Sehingga bank dapat memperoleh keuntungan melalui dari bunga bank itu sendiri. Laba yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan konsumen kepada bank tersebut, karena laba yang tinggi dapat meningkatkan profitabilitas dan ukuran perusahaan perbankan itu sendiri. Dan sebaliknya jika laba yang dihasilkan rendah oleh bank itu sendiri rendah maka bank akan mengalami penurunan profitabilitas dan kepercayaan konsumen dapat menurun. Persaingan bisnis dalam dunia perbankan yang semakin ketat menuntut bank untuk selalu meningkatkan kinerjanya agar dapat memperoleh laba. Bank dalam usaha untuk meningkatkan kinerjanya memerlukan informasi baik secara internal maupun eksternal.

2.1.7 Liquidity

Menurut Joseph E. Burns, Likuiditas bank berkaitan dengan kemampuan suatu bank untuk menghimpun sejumlah tertentu dana dengan biaya tertentu dan dalam jangka waktu tertentu. Pernyataan tersebut sependapat dengan Oliver G. Wood, Jr yang menyatakan bahwa Likuiditas adalah kemampuan bank untuk memenuhi semua penarikan dana oleh nasabah deposan, kewajiban yang telah jatuh tempo dan memenuhi permintaan kredit tanpa penundaan.

Tak berbeda jauh, William M. Glavin menyatakan bahwa Likuiditas berarti memiliki sumber dana yang cukup tersedia untuk memenuhi semua kewajiban. Manajemen likuiditas melibatkan perkiraan permintaan dana oleh masyarakat dan penyediaan cadangan untuk memenuhi semua kebutuhan (Duane B. Graddy). Manajemen likuiditas melibatkan perkiraan sumber dana dan penyediaan kas secara terus menerus baik kebutuhan jangka pendek atau musiman maupun kebutuhan jangka panjang. (Oliver G. Wood, Jr). Secara umum, pengertian likuiditas adalah kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dana (*cash flow*) dengan segera dan dengan biaya yang sesuai, dimana fungsi dari likuiditas secara umum untuk menjalankan transaksi bisnisnya sehari-hari, mengatasi kebutuhan dana yang mendesak, dan memuaskan permintaan nasabah akan pinjaman dan memberikan fleksibilitas bank adalah kemampuan bank untuk memenuhi kewajibannya, terutama kewajiban dana jangka pendek. Dari sudut aktiva likuiditas adalah kemampuan mengubah seluruh asset menjadi bentuk tunai atau cash.

Likuiditas bank menurut Josep E. Burns terdiri dari tiga unsur yaitu jumlah dana, biaya dana, dan waktu yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank. Josep menambahkan, semakin besar jumlah dana yang dapat diperoleh suatu bank dalam waktu tertentu, untuk memenuhi likuiditasnya, dan dengan biaya yang telah ditetapkan, semakin likuid bank tersebut. Semakin cepat bank memperoleh sebuah dana dengan biaya tertentu. Semakin tinggi pula likuiditas bank yang bersangkutan.

Masalahnya adalah bagaimana bank dapat memenuhi kebutuhan penarikan dana oleh nasabah pada saat simpanannya jatuh tempo atau pada saat diminta. Sementara pada waktu yang sama bank harus pula menggunakan dana tersebut dengan mengalokasikannya ke dalam berbagai bentuk investasi untuk memperoleh laba guna membayar biaya-biaya dana tersebut dan biaya operasional lainnya. Masalah ini akan tetap menjadi suatu masalah klasik dalam pengelolaan aktiva-pasiva suatu bank yaitu konflik antar likuiditas disuatu pihak dan profitabilitas.

Konsep likuiditas menurut Oliver G. Wood, Jr., University of South Carolina bahwa suatu bank dianggap likuid apabila bank memenuhi kategori ini :

- ❖ Memegang sejumlah alat likuid , cash asset , yang terdiri dari uang kas, rekening pada bank sentral dan rekening pada bank-bank lainnya yang sama dengan jumlah kebutuhan likuiditas yang diperkirakan.
- ❖ Memegang kurang dari jumlah alat-alat likuid sebagaimana disebutkan diatas akan tetapi bank tersebut memiliki surat-surat berharga berkualitas tinggi yng dapat segera di tukar atau dialihkan menjadi uang tanpa mengalami kerugian baik sebelum jatuh tempo maupun pada waktu setelah jatuh tempo.
- ❖ Memiliki kemampuan untuk memperoleh alat-alat likuid melalui penciptaan hutang, misalnya penggunaan fasilitas diskonto , call money, penjualan surat berharga.

Bila kita tinjau, maka secara umum dapat dikatakan bahwa sumber-sumber likuiditas perbankan dapat digolongkan dari dua bagian baik itu dari sisi kiri ataupun sisi kanan dari neraca tertimbang.

Stored liquidity secara umum dapat dikatakan sebagai suatu proses yang alami dalam artian adalah sifat alami dari bank dan fungsi-fungsi investasi adalah untuk melemparkan kas untuk mendapatkan pembayaran bunga, pembayaran pokok pinjaman dan asset dana yang jatuh tempo. Bila ditinjau dari aspek lain, maka sumber likuiditas bank adalah cadangan likuiditas yang terdiri dari primary reserve dan secondary reserve. Primary reserve terdiri dari kas dan saldo rekenong Koran pada bank Indonesia (yang juga menampung ratio reserve requirement 2%), sedangkan secondary reserve terdiri dari rekening Koran pada bank lain serta money market instrument (Sertifikat Bank Indonesia, Bank Acceptance, deposito pada bank lain yang akan jatuh tempo, dan dokumen tagihan jangka pendek). Dalam likuiditas terdapat dua resiko yaitu resiko ketika kelebihan dana dimana dana yang ada dalam bank banyak yang idle, hal ini akan menimbulkan pengorbanan tingkat bunga yang tinggi. Kedua resiko ketika kekurangan dana, akibatnya dana yang tersedia untuk mencukupi kebutuhan kewajiban jangka pendek tidak ada. Dan juga akan mendapat pinalti dari bank sentral. Kedua keadaan ini tidak diharapkan oleh bank karena akan mengganggu kinerja keuangan dan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketika bank mengharapkan keuntungan yang maksimal akan beresiko pada tingkat likuiditas yang rendah atau ketika likuiditas tinggi berarti tingkat keuntungan tidak maksimal. Pengeleloan likuiditas sangat penting bagi bank terutama untuk mengatasi resiko likuiditas yang disebabkan oleh dua hal diatas.

Untuk menjaga agar resiko likuiditas ini tidak terjadi kebijakan manajemen likuiditas yang dapat dilakukan antara lain dengan menjaga asset jangka pendek, seperti kas.

2.1.8 Growth

Misi perusahaan yaitu merefleksikan tujuan untuk bertahan hidup, memperoleh laba, dan berkembang lebih besar. Tanpa mampu bertahan hidup, perusahaan tidak memiliki kesempatan memperoleh laba dan tumbuh serta berkembang. Setelah perusahaan mampu bertahan hidup, perusahaan diharapkan memiliki kesempatan memperoleh laba dalam jangka panjang. Salah satu cara untuk mengukur pertumbuhan perusahaan adalah dengan melihat pertumbuhan asetnya. Suatu perusahaan dapat dikatakan bangkrut jika nilai buku kewajibannya jauh lebih besar dari asset sehingga ekuitasnya menjadi negatif (Iwan, 2003). Pertumbuhan aset perusahaan menunjukkan pertumbuhan kekuatan perusahaan dalam industri dan mengidentifikasi kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Perusahaan dengan negative growth mengindikasikan kecenderungan yang lebih besar kearah kebangkrutan (Fanny dan Saputra, 2005). Menurut Brigham (2001), perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan tinggi lebih cenderung menggunakan sumber dana dari luar. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang cepat harus lebih banyak pada modal eksternal daripada perusahaan yang lebih lambat pertumbuhannya.

Namun, menurut Noronha et al. dalam Mayangsari (2007), perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi akan cenderung menahan labanya untuk kepentingan reinvestasi dan mengurangi pembayaran dividen. Berkurangnya pembayarandividen ini akan meningkatkan modal sendiri sehingga perusahaan tidak perlu menambah dana dari luar. Asset merupakan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Semakin besar asset diharapkan semakin besar hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan. Peningkatan asset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan. Dengan meningkatnya kepercayaan pihak luar (kreditor) terhadap perusahaan, maka proporsi hutang semakin lebih besar daripada modal sendiri. Hal ini didasarkan pada keyakinan kreditor atas dana yang ditanamkan ke dalam perusahaan dijamin oleh besarnya asset yang dimiliki perusahaan (Robert Ang,1997). Teori *free cash flow hypothesis* yang disampaikan oleh Jensen (1986) menyebutkan bahwa perusahaan dengan kesempatan pertumbuhan yang lebih tinggi memiliki *free cash flow* yang rendah karena sebagian besar dana yang ada digunakan untuk investasi pada proyek yang memiliki nilai NPV yang positif. Manajer dalam bisnis perusahaan dengan memperhatikan pertumbuhan lebih menyukai untuk menginvestasi kan pendapatan setelah pajak dan mengharapkan kinerja yang lebih baik dalam pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan (Charitou dan Vafeas, 1998). Menurut teori residual dividend, perusahaan akan membayar dividennya jika hanya tidak memiliki kesempatan investasi yang menguntungkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang negatif antara pertumbuhan dan pembayaran dividen.

Pertumbuhan aset merupakan variabel yang dipertimbangkan dalam keputusan hutang. Biasanya biaya emisi perusahaan akan lebih besar dari biaya penerbitan surat hutang. Dengan demikian, perusahaan yang tingkat pertumbuhannya lebih tinggi cenderung lebih banyak menggunakan hutang, sehingga ada hubungan positif antar *growth* dan *debt ratio*. Perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan tinggi cenderung menggunakan sumber dana dari luar. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang cepat harus lebih banyak ,mengandalkan modal eksternal daripada perusahaan yang lambat pertumbuhannya. Meningkatkan pertumbuhan suatu perusahaan menunjukkan tingkat kesuksesan dari suatu perusahaan.

2.2 Karakteristik Pasar

Karakteristik pasar perbankan dapat menggambarkan kondisi perbankan yang ada di Indonesia. Selain menggambarkan kondisi perbankan karakteristik pasar dapat digunakan untuk menilai kinerja perbankan, Pasiouras dan Zopounidis (2008). Karakteristik pasar perlu di teliti karena di setiap Negara mempunyai karakteristik pasar yang berbeda-beda. Karakteristik pasar mencakup konsentrasi pasar, keuntungan pasar dan tingkat pertumbuhan pasar di perbankan.

2.2.1 Market Concentration

Market concentration merupakan suatu konsep dari suatu konsentrasi industry dimana hanya ada beberapa perusahaan pilihan yang melakukan system pendistribusian produk.

Dengan kata lain proses pendistribusian produk ke konsumen sangat penting hubungannya dengan konsentrasi pasar yang akan dilakukan oleh perusahaan. Market concentration sangat erat hubungannya dengan market share dari perusahaan-perusahaan yang ada di dalam suatu industry. Hal ini dikarenakan konsentrasi pasar sangat erat hubungannya dengan market share yang ada di dalam suatu perusahaan karena besarnya market share dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas yang tinggi. Semakin besarnya *market share* yang dikuasai oleh perusahaan-perusahaan relative terhadap pasar total maka dapat dikatakan bahwa industry tersebut memiliki konsentrasi pasar yang tinggi. Dan dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut mampu bersaing secara sehat.

Pangsa pasar adalah seberapa besar suatu perusahaan menguasai pasar yang di perhitungkan dengan persen. Pangsa pasar dalam praktik bisnis merupakan tujuan/motivasi perusahaan. Perusahaan dengan pangsa pasar yang lebih baik akan menikmati keuntungan dan penjualan produk dan kenaikan harga sahamnya (Wihana, 2008:45). Pangsa pasar merupakan indikator dalam menentukan tingkat kekuatan pasar suatu perusahaan . pangsa pasar merupakan perbandingan antara penjualan suatu perusahaan dengan total penjualan dalam suatu industri. Pangsa pasar dapat diukur melalui rasio besar asset terhadap total asset dalam perusahaan. Semakin tinggi pangsa pasar suatu perusahaan maka semakin tinggi kekuatan pasar yang dimilikinya. Hal tersebut menimbulkan pengaruh pada perilaku perusahaan dan perilaku perusahaan pesaing. Pengukuran konsentrasi membutuhkan metode-metode yang dapat dijadikan indikator persaingan dalam pasar.

Metode ini menggunakan beberapa variable seperti pangsa pasar, rasio, dan bentuk indeks lainnya yang dapat menunjukkan derajat konsentrasi dalam suatu pasar. Jacobson dan O`Callaghan (1996:53) menjabarkan metode konsentrasi sebagai berikut :

1. CRN atau N firm concentration
2. Indeks Herfindahl dan Indeks Herfindahl-Hirschman

2.2.2 Market Profitability

Menurut Cristensen dan Montgomery (1981) tingkat keuntungan potensial rata-rata dari pasar yang digunakan sebagai petunjuk untuk mengetahui seberapa besar peluang suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dipasar. Setiap perusahaan didalam suatu industry pasti memiliki tingkat keuntungan yang berbeda-beda tergantung dari pangsa pasar perusahaan itu sendiri. Menurut Porter (2009) terdapat lima factor yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan yaitu :

1. Buyer Power

Buyer power merupakan suatu competitive force yang tergantung pada kemampuan pembeli untuk melakukan penawaran untuk memperoleh kelonggaran harga dan fasilitas lainnya. Karena setiap konsumen memiliki tingkat kemampuan pembelian yang berbeda-beda.

2. Supplier Power

Supplier power adalah kemampuan supplier untuk mengkondisikan penjualan dari item-item yang mereka supply. Supplier harus memiliki keuletan dan ketekunan dalam mendistribukan produk yang di tawarkan.

3. Barriers to Entry

Ada banyak factor-factor yang mempengaruhi ancaman-ancaman suatu perusahaan. Perusahaan harus dapat dan mampu mengatasi ancaman – ancaman dari luar perusahaan. Ancaman dari perusahaan baru yang masuk dalam industry dan dapat menampilkan suatu tekanan persaingan signifikan yang ada. Untuk itu perusahaan haruslah mampu mengatasi ancaman yang ada dengan cara memiliki brand yang kuat di pasar, dan tak lupa memiliki modal yang kuat dengan tujuan tetap menjaga kelangsungan suatu perusahaan.

4. Threat of Subtitute Product

Di dalam perusahaan suatu industry harus memikirkan kemungkinan tekanan persaingan yang dilakukan oleh perusahaan dalam industry yang berbeda dimana hal ini dapat memberikan pilihan bagi konsumen untuk mensubsitusikan barang dan jasa. Maksudnya adalah suatu perusahaan haruslah memiliki beberapa produk guna mensiasati adanya persaingan yang ada di pasar.

5. Rivalry Among Firms in the Industry

Berkaitan dengan usaha yang dilakukan para pesaing untuk meningkatkan kemampuan dan strategi mereka dalam rangka memperbaiki posisi pasar, kekuatan posisi pasar terhadap konsumen dan memperoleh peningkatan pendapatan.

2.2.3 Market Growth

Sales growth ratio atau rasio pertumbuhan penjualan yang mengukur seberapa baik perusahaan mempertahankan posisi ekonominya, baik dalam industrinya maupun dalam kegiatan ekonomi secara keseluruhan (Weston & Copeland, 1992). Pertumbuhan penjualan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan. Pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan biaya akan mengakibatkan kenaikan laba perusahaan. Jumlah laba yang diperoleh secara teratur serta kecenderungan atau trend keuntungan yang meningkat merupakan suatu faktor yang sangat menentukan perusahaan untuk tetap survive. Sementara perusahaan dengan rasio pertumbuhan penjualan negatif berpotensi besar mengalami penurunan laba sehingga apabila manajemen tidak segera mengambil tindakan perbaikan, perusahaan dimungkinkan tidak akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Menurut Fabozzi (2000: 881), pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun. Pertumbuhan penjualan yang di atas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan yang cepat yang diharapkan dari industri dimana perusahaan itu

beroperasi. Perusahaan dapat mencapai tingkat pertumbuhan diatas rata – rata dengan jalan meningkatkan pangsa pasar dari permintaan industri keseluruhan. Analisis dalam menghitung pertumbuhan penjualan dilakukan dengan menghitung tingkat pertumbuhan penjualan tahun majemuk pada saat mempelajari tren jangka panjang dalam hal penjualan dan variabel – variabel lain. Tingkat pertumbuhan tahun majemuk merupakan tingkat yang jika diterapkan setiap tahun selama kurun waktu tertentu pada saldo awal akan menyebabkan neraca berkembang sehingga mencapai nilai akhir yang maksimal. Peningkatan pangsa pasar harus sejalan dengan strategi pemasaran yang tepat dan perusahaan selalu melakukan inovasi, hal ini bermakna bahwa dengan strategi yang tepat dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan melalui pengembangan produk yang diminati konsumen.

Menurut Christensen dan Montgomery (1891) menyatakan tingkat pertumbuhan pasar di gunakan untuk meramalkan keadaan pertumbuhan pasar dimasa mendatang. Salah satu cara yang digunakan untuk mempelajari tingkat pertumbuhan pasar adalah menggunakan informasi demografi dan tingkat penjualan produk. Karena dengan menggunakan tingkat informasi demografi perusahaan dapat mengetahui jenis kelamin konsumen , usia , pendidikannya serta pekerjaannya. Hal ini digunakan guna memberikan analisis mengenai produk yang di tawarkan. Suatu tingkat pertumbuhan pasar dapat diprediksi dengan menggunakan kurva penyebaran produk. Dimana kurva penyebaran produk tersebut dapat digunakan untuk memperlihatkan bauran produk yang ada dipasar sehingga menunjukan besarnya tingkat pertumbuhan pasar.

2.3 Kapital

Kapital adalah sistem ekonomi di mana perdagangan, industri dan alat-alat produksi dikendalikan oleh pemilik swasta dengan tujuan membuat keuntungan dalam ekonomi pasar. Pemilik modal bisa melakukan usahanya untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Demi prinsip tersebut, maka pemerintah tidak dapat melakukan intervensi pasar guna keuntungan bersama, tapi intervensi pemerintah dilakukan secara besar-besaran untuk kepentingan-kepentingan pribadi.

2.3.1 Saham

Saham adalah surat berharga yang menunjukkan kepemilikan perusahaan sehingga pemegang saham memiliki hak klaim atas dividen atau distribusi lain yang dilakukan perusahaan kepada pemegang saham lainnya. Menurut Husnan (2005:29), “saham merupakan secarik kertas yang menunjukkan hak pemodal (yaitu pihak yang memiliki kertas tersebut) untuk memperoleh bagian dari prospek atau kekayaan organisasi yang menerbitkan sekuritas tersebut dan berbagai kondisi yang memungkinkan pemodal tersebut menjalankan haknya”. Saham merupakan salah satu dari beberapa alternatif yang dapat dipilih untuk berinvestasi. Investasi dengan membeli saham suatu perusahaan, berarti investor telah menginvestasikan dana dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan kembali saham tersebut. Wujud saham adalah selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut dan porsi kepemilikan ditentukan oleh seberapa besar penyertaan yang di tanamkan dalam perusahaan tersebut (Darmadji, 2001). Sifat dasar investasi saham adalah memberikan peran bagi

investor dalam memperoleh laba perusahaan. Setiap pemegang saham merupakan sebagian pemilik perusahaan, sehingga mereka berhak atas sebagian dari laba perusahaan. Namun hak tersebut terbatas karena pemegang saham berhak atas bagian penghasilan perusahaan hanya setelah seluruh kewajiban perusahaan dipenuhi. Saham dibagi menjadi dua yaitu Dividen dan Capital Gain.

2.3.1.1 *Capital Gain*

Pengertian *capital gain (loss)* di kemukakan oleh Eduardus tandelin (2004:185) menyatakan bahwa *capital gain (loss)* adalah perubahan harga sekuritas (bisa saham maupun surat utang jangka panjang) yang bisa memberikan keuntungan ataupun kerugian bagi investor. Sedangkan menurut Robert Ang (2003:67) mendefinisikan *capital gain (loos)* adalah sebagai berikut:

“*Capital gain* merupakan keuntungan yang di dapatkan oleh investor dari selisih antara harga beli dan harga jual, namun sebaliknya *capital loos* adalah kerugian yang diderita karena harga penjualan lebih kecil dari harga pembelian”

Berdasarkan pernyataan diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa jika seorang investor menjual sahamnya lebih tinggi daripada harga pada waktu beli. Maka investor tersebut mendapatkan *gain* (untung) sedangkan jika investor menjual sahamnya dibawah harga pada waktu beli berarti investor tersebut mengalami kerugian (*loss*).

2.3.1.2 Dividen

Dividen merupakan hak pemegang saham biasa (common stock) untuk mendapatkan bagian dari keuntungan perusahaan. Jika perusahaan memutuskan untuk membagi keuntungan dalam dividen, semua pemegang saham biasa mendapatkan haknya yang sama. Pembagian dividen untuk saham biasa dapat dilakukan jika perusahaan sudah membayar dividen untuk saham preferen (Jogiyanto, 1998). Deviden adalah pembagian laba yang diperoleh perusahaan kepada para pemegang saham yang sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki. Deviden akan diterima oleh pemegang saham hanya apabila ada usaha akan menghasilkan cukup uang untuk membagi deviden tersebut dan apabila dewan direksi menganggap layak bagi perusahaan untuk mengumumkan deviden (Sartono, 2001). Dividen merupakan pembayaran yang diberikan kepada pemilik perusahaan atau pemegang saham atas modal yang mereka tanamkan di dalam perusahaan. Dalam hubungannya dengan jumlah pajak yang dibayarkan, maka pembayaran dividen berbeda dengan pembayaran bunga karena dividen tidak dapat mengurangi jumlah pajak yang dibayar oleh perusahaan (Syamsuddin, 2011). Jenis-jenis dividen diantaranya ada 3 yaitu :

1. Stock Dividen

Stock Dividend adalah dividen yang diberikan kepada para pemegang saham dalam bentuk saham-saham yang dikeluarkan oleh perusahaan itu sendiri (M. Munandar 1983). Di Indonesia saham yang dibagikan sebagai dividen tersebut disebut saham bonus.

Dengan demikian para pemegang saham mempunyai jumlah lembar saham yang lebih banyak setelah menerima Stock Dividen. Dividen saham dapat berupa saham yang jenis sama maupun yang jenis berbeda

2. Script Dividen

Script Dividend adalah suatu surat tanda kesediaan membayar sejumlah uang tertentu yang diberikan perusahaan kepada para pemegang saham sebagai dividen. Surat ini berbunga sampai dengan dibayarkan uang tersebut kepada yang berhak. Script dividen seperti ini biasa dibuat apabila pada waktu para pemegang saham mengambil keputusan tentang pembagian laba dimana perusahaan belum (tidak) mempunyai persediaan uang Cash yang cukup untuk membayar dividen cash (Arief Suaidi 1994).

3. Propert Dividen

Property Dividend adalah dividen yang di berikan kepada para pemegang saham dalam bentuk barang-barang (tidak berupa uang tunai ataupun (modal) saham perusahaan). Contoh dividen barang adalah dividen berupa persediaan atau saham yang merupakan investasi perusahaan pada perusahaan lain. Pembagian dividen berupa barang sudah barang tentu lebih sulit dibanding pembagian dividen uang. Perusahaan melakukannya karena uang tunai perusahaan tertanam dalam investasi saham perusahaan lain atau persediaan dan penjualan investasi atau persediaan terutama bila jumlah cukup banyak akan menyebabkan harga jual investasi ataupun persediaan turun sehingga merugikan perusahaan dan pemegang saham sendiri (Arief Suaidi 1994)

2.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut theory of the firm adalah untuk memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan (value of the firm) (Salvatore 2005). Memaksimumkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimumkan nilai perusahaan berarti juga memaksimumkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Menurut Husnan (2004) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan adalah struktur modal yang terbaik (Husnan, 2004). Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimumkan nilai perusahaan. Jika perusahaan berjalan lancar maka nilai saham perusahaan akan semakin meningkat, namun nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak berpengaruh.

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Selain itu, nilai pasar dapat menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian nilai perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal.

Menurutnya kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu secara signifikan. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya cukup tinggi. Tetapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik.

2.4.1 *Tobin's Q*

Tobin's Q adalah sebuah rasio dirancang oleh James Tobin dari Universitas Yale, pemenang Nobel di bidang ekonomi, yang hipotesis bahwa nilai pasar gabungan dari semua perusahaan di pasar saham harus sekitar sama dengan biaya penggantian mereka. Rasio Q dihitung sebagai nilai pasar perusahaan dibagi dengan nilai penggantian aset perusahaan. Rasio ini dapat diukur dengan:

(nilai pasar saham + nilai buku hutang)/total aset.

Tobin's Q yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (asset replacement value) perusahaan. Salah satu versi Tobin's Q yang dimodifikasi dan disederhanakan oleh Chung & Pruitt (1994) terhadap rumus yang dibuat oleh Lindenberg & Ross (1981) dalam Wolfe (2003) adalah:

$$q = (MVS + D) / TA$$

Dimana :

$q = \text{Tobin's } Q$

MVS =Market value of all outstanding shares, i.e. the firm's Stock Price

*Outstanding Shares.

D =Total Debt

TA =Firm's Assets

Rumus untuk pengukuran rasio ini ditulis ulang menjadi:

$$\text{Tobin's } Q \text{ Ratio} = \frac{(\text{Closing Price} \times \text{Total Kewajiban})}{\text{Total Asset}}$$

Jika nilai pasar semata-mata merefleksikan asset yang tercatat suatu perusahaan maka Tobin's Q akan sama dengan 1. Jika Tobin's Q > 1, maka nilai pasar lebih besar dari nilai asset perusahaan yang tercatat. Hal ini menandakan bahwa saham overvalued. Apabila Tobin's Q < 1, nilai pasarnya lebih kecil dari nilai tercatat asset perusahaan. Ini menandakan bahwa saham undervalued.

2.5 Pengaruh Variabel Independent terhadap Variabel Dependent

2.5.1 Pengaruh *Return On Average Asset* terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja sebuah perbankan sangat tergantung kepada pihak manajemen dalam mengelola asset-asetnya secara efektif dan efisien. Tetapi didalam mengelola asetnya pihak manajemen terkadang suka mendapat kendala yaitu

komunikasi antar anggota di dalam manajemen itu sendiri. Karena di dalam pihak manajemen terdiri dari beberapa orang banyak yang terkadang tidak satu tujuan dalam melaksanakan dan meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu perbedaan pendapat dan komunikasi menjadi factor yang menghambat perusahaan untuk meningkatkan keuntungan yang maksimal.

2.4.2 Pengaruh *Cost* terhadap Nilai Perusahaan

Pengelolaan manajemen perbankan yang baik tidak hanya dilakukan dengan mengelola asset-asetnya. Hal yang lain yang harus di perhitungkan adalah mengenai biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan itu sendiri. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengelola pengeluaran seefisien mungkin untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Biaya berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Karena dengan kita mengefisiensikan biaya pengeluaran suatu perusahaan kita juga dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh *Market Power* terhadap Nilai Perusahaan

Dijaman era globalisasi saat ini banyak persaingan-persaingan perbankan di Indonesia. Pihak luar pun mulai menginvestasikan bank-bank asing di Indonesia. Market power berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Oleh karena itu persaingan semakin ketat di dunia perbankan, dan bank dalam negeri diminta untuk memperkuat posisi di pasar perbankan dengan cara

meningkatkan market share atau pangsa pasar yang ada karena bank yang memiliki pangsa pasar yang kuat dapat bersaing secara efektif.

2.4.4 Pengaruh *Size* terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi suatu nilai perusahaan. Karena, ukuran bank yang besar berarti perusahaan tersebut memiliki asset yang besar untuk menjalankan operasional perusahaan. Asset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga asetnya yang besar akan mempengaruhi nilai perusahaan kepada konsumen perbankan dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap bank tersebut akan meningkat.

2.4.5 Pengaruh *Capital Strength* terhadap Nilai Perusahaan

Disuatu bisnis perbankan tentunya modal menjadi bagian yang terpenting. Karena tanpa adanya modal suatu bisnis apalagi didunia perbankan tidak akan berjalan dengan baik. Bank yang mempunyai modal besar tentunya akan memiliki keinginan untuk memperbesar dan memperkuat modalnya. Bank yang memiliki kelaamanan financial akan mengalami keterpurukan bagi nilai perusahaan tersebut. Capital strength berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Oleh karena itu kecukupan modal dalam suatu bisnis sangatlah penting guna mempertahankan nilai perusahaan.

2.4.6 Pengaruh *Loan Activity* terhadap Nilai Perusahaan

Dalam rangka meningkatkan keuntungan bank melakukan kegiatan pemberian pinjaman kepada masyarakat. Pemberian kredit dilakukan karena dari pemberian kredit akan menghasilkan bunga yang merupakan keuntungan bagi perusahaan. Pemberian kredit yang diberikan kepada masyarakat menggunakan total asset yang dimiliki oleh bank itu sendiri. Loan activity berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, karena itu, dengan semakin besarnya pemberian kredit kepada konsumen akan meningkatkan nilai perusahaan.

2.4.7 Pengaruh *Liquidity* terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas bank merupakan kemampuan bank untuk memenuhi kewajibannya jangka pendek. Dengan kata lain likuiditas adalah kemampuan bank dalam memenuhi dana. Sebuah bank harusnya memiliki manajemen likuiditas agar dapat meminimalisir risiko-risiko likuiditas. Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena jika perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya maka perusahaan tersebut masuk ke dalam perusahaan tidak liquid. Dan akan memperburuk citra perusahaan.

2.4.8 Pengaruh *Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Kondisi perekonomian Indonesia yang telah mengalami masa krisis lambat laun sudah mulai berubah dengan perbaikan pertumbuhan ekonomi. Sekarang kondisi perbankan di Indonesia sudah semakin membaik.

Berbagai cara dilakukan untuk meningkatkan kondisi perbankan salah satunya adalah dengan cara meningkatkan asset yang ada. Pertumbuhan perbankan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena jika nilai asset bertambah disuatu perusahaan maka perusahaan dapat meningkatkan profit dan mampu menghadapi pesaing

2.4.9 Pengaruh *Market Concentration* terhadap Nilai Perusahaan

Didalam suatu bisnis dalam mengembangkan produk yang dihasilkan tentunya menjadi tugas yang paling penting, serta dapat mengatur konsentrasi pasar dan pangsa pasar yang ada. Dalam hal ini konsentrasi pasar berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena semakin besar pangsa pasar yang dimiliki perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan bahwa perusahaan tersebut mampu bersaing secara sehat.

2.4.10 Pengaruh *Market Profitability* terhadap Nilai Perusahaan

Peluang untuk menghasilkan keuntungan dimiliki oleh semua perusahaan, ada perusahaan yang memanfaatkan dan mensiatsati peluang ini ada juga yang tidak. Tetapi tidak semua perusahaan dapat memanfaatkan peluang untuk mencari keuntungan. Dengan cara mengetahui seberapa peluang yang di dipasar perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan. Oleh karena itu keuntungan pasar berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.11 Pengaruh *Market Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Dengan adanya tingkat pertumbuhan yang tinggi dapat meningkatkan kemampuan bank dalam bersaing. Hal ini dilakukan dalam rangka memperoleh keuntungan potensial dari adanya tingkat pertumbuhan disini sehingga membuat banyak pihak tertarik untuk menanamkan modalnya di bisnis perbankan. Oleh karena itu pertumbuhan pasar berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

