

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan operasionalnya. Pentingnya nilai perusahaan berdampak langsung pada kinerja dan daya saing perusahaan, terutama di era globalisasi yang ditandai dengan persaingan bisnis yang semakin ketat. Nilai perusahaan adalah representasi dari pandangan investor terhadap seberapa baik manajemen perusahaan mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan (Azahra *et al.*, 2025). Hal ini sering dikaitkan dengan kinerja saham perusahaan, di mana kenaikan nilai perusahaan dapat tercermin dalam kenaikan harga saham. Perusahaan yang mampu menghasilkan profit besar baik ketika itu atau secara periodik dalam beberapa tahun akan membangun perspektif yang bagus di mata investor sehingga mereka menilai perusahaan tersebut tinggi yang membuatnya tak segan membeli saham perusahaan di harga yang tinggi. Nilai perusahaan tidak hanya memberikan manfaat bagi para investor dalam pengambilan keputusan investasi dan pengawasan, tetapi juga merupakan alat yang penting bagi manajer dan manajemen perusahaan untuk mengevaluasi kinerja mereka dan mengukur pencapaian tujuan perusahaan (Ningsi *et al.*, 2024).

Beberapa tahun terakhir, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator yang mendapat perhatian besar dari investor dan pelaku pasar modal. Hal ini

ditunjukkan oleh fluktuasi pasar saham Indonesia yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pelemahan nilai tukar rupiah, arus keluar modal asing, serta perlambatan pertumbuhan laba perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan perubahan persepsi investor terhadap prospek perusahaan sehingga berdampak pada naik turunnya nilai perusahaan yang tercermin melalui harga saham. Fenomena ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan aspek yang penting karena mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan.

Fenomena penurunan nilai perusahaan pada sektor perbankan dapat dilihat dari melemahnya kinerja pasar modal yang tercermin melalui penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Pada 2 Mei 2024, IHSG ditutup melemah sebesar 1,61% yang dipengaruhi oleh koreksi pada sektor keuangan, terutama saham-saham perbankan. Pada periode tersebut, saham PT Bank Mandiri Tbk (BMRI) mengalami penurunan sebesar 8,33%, PT Bank Negara Indonesia Tbk (BBNI) turun 8%, PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BBRI) turun 3,64%, dan PT Bank Central Asia Tbk (BBCA) turun 2,56% (Situmorang, 2024). Penurunan harga saham tersebut mengakibatkan berkurangnya kapitalisasi pasar perusahaan yang mencerminkan menurunnya penilaian investor terhadap prospek perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor perbankan menghadapi tekanan pasar yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan, mengingat harga saham merupakan salah satu indikator utama yang digunakan investor dalam menilai nilai suatu perusahaan.

Sejalan dengan fenomena tersebut, fenomena nilai perusahaan pada sektor perbankan Indonesia tahun 2026 semakin menarik untuk diteliti karena didorong oleh perkembangan transformasi digital dan penerapan *green banking* yang sangat pesat. Dalam perekonomian nasional, sektor perbankan memiliki peran penting sebagai lembaga intermediasi keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana kepada sektor produktif sehingga berpengaruh terhadap likuiditas, stabilitas keuangan, dan pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, nilai perusahaan pada sektor perbankan menjadi penting untuk dianalisis guna mengetahui bagaimana pasar menilai prospek dan kinerja perusahaan di masa mendatang (Lindawati, 2026). Sebagai gambaran umum, berikut disajikan rata-rata nilai Tobin's Q perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.



**Gambar 1. 1 Rata-rata Nilai Tobin's Q Perbankan 2020-2024**

Berdasarkan Gambar 1.1, rata-rata nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q pada subsektor perbankan selama periode 2020–

2024 menunjukkan kondisi yang berfluktuasi. Pada tahun 2020, rata-rata Tobin's Q tercatat sebesar 1,50 dan meningkat signifikan menjadi 2,19 pada tahun 2021. Kenaikan tersebut mencerminkan tingginya kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan perbankan, yang ditunjukkan dengan nilai Tobin's  $Q \geq 1$  sebagai indikasi potensi pertumbuhan perusahaan. Namun, pada tahun 2022 nilai Tobin's Q mengalami penurunan menjadi 1,19 dan terus menurun pada tahun 2023 sebesar 1,17 hingga mencapai 1,07 pada tahun 2024 (Lindawati, 2026).

Nilai suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh implementasi *green banking* dan transformasi digital, karena kedua aspek tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan tuntutan lingkungan bisnis yang terus berubah (Zahra & Sulfitri, 2026). Upaya tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya penerapan *green banking* dan transformasi digital. *Green banking* mendorong perbankan untuk menjalankan aktivitas usaha yang lebih berorientasi pada keberlanjutan lingkungan sehingga mampu meningkatkan citra dan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Sementara itu, transformasi digital membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional, kualitas layanan, serta daya saing di era teknologi. Penerapan kedua strategi tersebut diharapkan dapat memperkuat kinerja perusahaan dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan di sektor perbankan (Juliyantri, 2025).

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh adanya *green banking*. *Green banking* mendorong bank untuk menyalurkan pembiayaan kepada nasabah yang memperhatikan kelestarian lingkungan, serta memperkuat manajemen risiko yang berhubungan dengan isu lingkungan (Tuwo *et al.*, 2025). Konsep *green banking* muncul sebagai jawaban atas tuntutan masyarakat akan tekanan terhadap perusahaan-perusahaan di bidang keuangan untuk berperan aktif dalam mengatasi krisis lingkungan yang semakin serius. Bank tidak hanya mengajak masyarakat untuk meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan, tetapi juga mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam pelestarian lingkungan dengan program atau kegiatan *green banking* yang dilaksanakan oleh bank (Karyna *et al.*, 2025).

Nilai Perusahaan juga dipengaruhi oleh adanya transformasi digital. Peran bank kini tidak lagi hanya sebagai penghimpun dana masyarakat, tetapi juga sebagai penyedia layanan keuangan berbasis teknologi yang berfokus pada efisiensi operasional dan peningkatan pengalaman nasabah. Melalui regulasi OJK No. 12/POJK.03/2021 dan No. 13/POJK.03/2021, perbankan didorong untuk mengintegrasikan teknologi digital sebagai strategi dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha (Zahra & Sulfitri, 2026). Transformasi digital juga menjadi kebutuhan penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek, transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengoptimalkan laba perusahaan. Sementara dalam jangka panjang, transformasi digital

berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui penciptaan keunggulan kompetitif, inovasi layanan, serta peningkatan kualitas hubungan dengan pelanggan melalui pengalaman digital yang lebih efektif dan personal. Peningkatan nilai perusahaan tersebut mencerminkan meningkatnya kesejahteraan investor. Oleh karena itu, transformasi digital tidak hanya berfungsi sebagai pendukung operasional perusahaan, tetapi juga menjadi strategi utama dalam meningkatkan nilai perusahaan (Mardana & Ratnawati, 2024).

Profitabilitas memiliki peran penting terhadap nilai perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Afandi, 2024). Oleh karena itu, profitabilitas diduga mampu memoderasi pengaruh *green banking* dan transformasi digital terhadap nilai perusahaan. Bank dengan profitabilitas tinggi cenderung lebih mampu membiayai investasi teknologi digital dan program *green banking* sehingga pengaruhnya terhadap nilai perusahaan menjadi lebih kuat. Sebaliknya, profitabilitas yang rendah dapat menyebabkan biaya implementasi digitalisasi dan *green banking* menjadi beban bagi perusahaan serta memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan (Zahro & Devy, 2026).

Penelitian terdahulu menghasilkan temuan yang beragam terkait pengaruh *green banking* terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian, seperti (Tuwo *et al.*, 2025), (Fitriyah *et al.*, 2025), (Rohman & Fathihani, 2025), (Lehan *et al.*, 2025), (Saraswati & Triyonowati, 2024), (Hastuti & Kusumadewi, 2023), (Kusumadewi *et al.*, 2023), (Murwaningsari & Rachmawati, 2023), menghasilkan temuan jika *green banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Green banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena penerapan prinsip perbankan berkelanjutan mampu meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat kepercayaan investor, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prastiwi & Muharrami, (2026), Kanivia *et al.*, (2026), Putri & Windiarti, (2026), Afianti *et al.*, (2025), Utami, (2025), Dewi *et al.*, (2024), Afandi, (2024), Lipazya & Hermie, (2024), Ningsi *et al.*, (2024), Tiara & Jayanti, (2022), Simanungkalit & Mayangsari, (2020), yang menghasilkan temuan jika *green banking* tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hal tersebut karena pasar belum sepenuhnya menjadikan praktik keberlanjutan sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, implementasi *green banking* sering kali memerlukan biaya yang cukup besar sehingga manfaat ekonominya tidak selalu dapat dirasakan dalam jangka pendek

Penelitian terdahulu menghasilkan temuan yang beragam terkait pengaruh transformasi digital terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Aprilia & Adi, (2026), Wulandari *et al.*, (2026), Karjono & Wibowo, (2026), Afiifah *et al.*, (2025), Leonardo *et al.*, (2025), Juliyanti, (2025), Putra *et al.*, (2025), Moridu, (2020), menghasilkan temuan jika transformasi digital berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Transformasi digital berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, mendorong inovasi, memperkuat daya saing, serta meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa depan.

Berbeda dengan penelitian penelitian yang dilakukan oleh Zein, (2025), Yantiana, (2025), Jasmin *et al.*, (2024) menghasilkan temuan jika transformasi digital tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena manfaat transformasi digital sering kali memerlukan waktu yang relatif panjang untuk dapat dirasakan oleh pasar, sementara biaya investasi teknologi yang tinggi belum tentu langsung diikuti oleh peningkatan kinerja maupun apresiasi investor terhadap Perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan uraian sebelumnya, penelitian ini tertarik untuk mengkaji pengaruh green banking dan transformasi digital terhadap nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderasi. Keterbaruan penelitian ini terletak pada penggunaan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara green banking dan transformasi digital terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya umumnya

menempatkan profitabilitas sebagai variabel independen, sedangkan penelitian ini mengkaji peran profitabilitas sebagai faktor yang dapat memengaruhi kekuatan hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan. Profitabilitas dipilih sebagai variabel moderasi karena nilai suatu perusahaan pada dasarnya ditentukan tidak hanya oleh strategi yang diterapkan perusahaan, tetapi juga oleh kemampuannya untuk menghasilkan keuntungan dari strategi tersebut. Implementasi green banking dan transformasi digital membutuhkan investasi, sumber daya, dan komitmen jangka panjang, yang lebih mudah dicapai oleh perusahaan dengan profitabilitas tinggi. Oleh karena itu, profitabilitas dianggap dapat memperkuat efektivitas implementasi green banking dan transformasi digital dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Urgensi penelitian ini penting karena nilai perusahaan merupakan indikator yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan, menjadikannya salah satu tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan. Di tengah persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan finansial, tetapi Green banking dan transformasi digital adalah dua strategi yang saat ini diupayakan oleh sektor perbankan untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kepercayaan pemangku kepentingan. Namun, efektivitas kedua strategi ini dalam meningkatkan nilai perusahaan masih menjadi bahan perdebatan, karena penelitian sebelumnya menghasilkan temuan yang beragam dan tidak konsisten.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengambil judul: “Pengaruh *Green banking* dan Transformasi Digital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Bank Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2024”.

## **B. Batasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan sektor perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
2. Penelitian ini hanya membahas pengaruh *green banking* dan transformasi digital sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

## **C. Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *green banking* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
2. Apakah transformasi digital berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?

3. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *green banking* terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?
4. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh transformasi digital terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *green banking* terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh transformasi digital terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
3. Untuk mengetahui kemampuan profitabilitas dalam memoderasi pengaruh *green banking* terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.
4. Untuk mengetahui kemampuan profitabilitas dalam memoderasi pengaruh transformasi digital terhadap nilai perusahaan pada bank konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024.

## **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik dalam aspek teoritis maupun praktis, dengan uraian sebagai berikut:

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang akuntansi dan manajemen keuangan, terutama yang berkaitan dengan *green banking*, transformasi digital, nilai perusahaan, dan profitabilitas. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sejenis.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan Perbankan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi perusahaan perbankan dalam mengembangkan strategi bisnis.

#### **b. Bagi investor**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi kepada investor mengenai hubungan antara *green banking*, transformasi digital, profitabilitas, dan nilai perusahaan, sehingga dapat membantu investor dalam menentukan keputusan investasi secara lebih tepat.

**c. Bagi Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik berupa tambahan referensi dan sumber kajian mengenai *green banking* dan transformasi digital pada sektor perbankan, serta menjadi bahan pendukung bagi penelitian selanjutnya.

**d. Bagi Penulis**

Melalui penelitian ini, penulis diharapkan dapat memperoleh tambahan wawasan, pengetahuan, serta pengalaman dalam memahami pengaruh *green banking* dan transformasi digital terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.