

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat, terutama di tengah kemajuan teknologi dan globalisasi yang menuntut perusahaan untuk terus berinovasi agar tetap kompetitif. Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas, setiap negara harus siap dengan adanya persaingan dunia bisnis yang semakin meningkat (Rhoma & Subowo, 2016). Kondisi ini didorong oleh adanya dampak pandemi COVID-19 yang mempengaruhi stabilitas ekonomi global dan berdampak langsung terhadap aktivitas bisnis. Dalam situasi yang penuh ketidakpastian ini, investor semakin selektif dalam menentukan pilihan investasinya dan cenderung mengutamakan perusahaan dengan nilai tinggi. Hal tersebut disebabkan karena nilai perusahaan merepresentasikan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki (Abrari *et al.*, 2020). Untuk mempertahankan peningkatan nilai perusahaan, perusahaan dituntut untuk tidak lagi hanya berfokus pada laba yang didapatkan. Perusahaan harus bisa mempertimbangkan aspek lain di luar aspek fisik dalam meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan (Adelina & Arza, 2021).

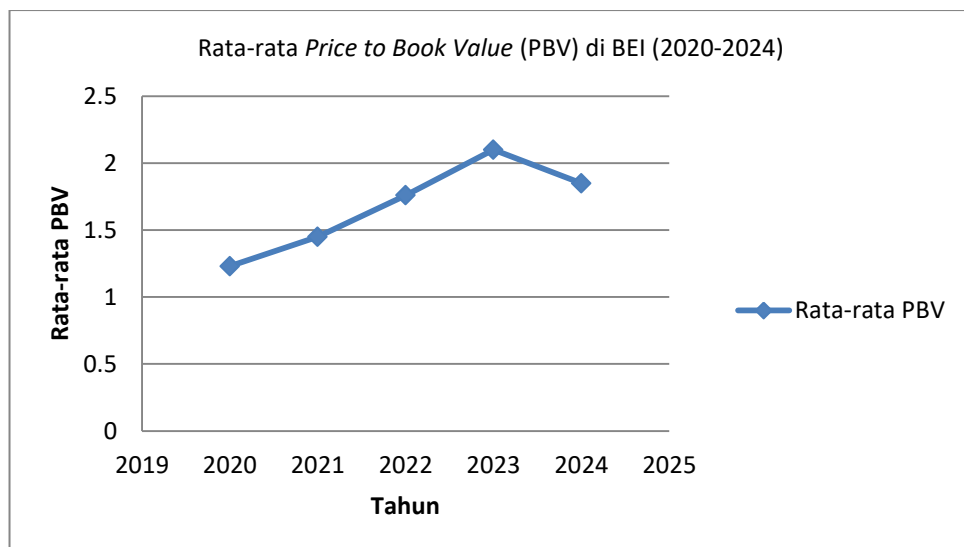
Nilai perusahaan sangat penting dalam mencerminkan keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan (Anggraini *et al.*, 2020).

Nilai perusahaan menjadi tolok ukur utama dalam mencerminkan kinerja perusahaan dan prospek pertumbuhan jangka panjang, karena mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan memberikan pengembalian kepada pemegang saham. Pencapaian keberhasilan sebuah perusahaan juga dapat diukur melalui nilai perusahaan yang tercermin dalam laporan keuangan (Gantino & Alam, 2020).

Perbankan merupakan salah satu sektor yang dapat membantu meningkatkan perekonomian Indonesia (Duha & Satiman, 2022). Dalam sektor perbankan, nilai perusahaan menjadi sangat penting karena industri ini memiliki peran strategis dalam menjaga stabilitas sistem keuangan. Industri perbankan merupakan industri jasa yang sangat cepat perubahannya akibat pengaruh dari perubahan teknologi. Kecepatan perubahan teknologi berdampak pada sektor perbankan, dan mendukung perusahaan untuk berkembang dalam bidang teknologi (Fristiani *et al.*, 2020).

Salah satu pengukuran nilai perusahaan adalah *Price Book Value (PBV)*. Nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan PBV akan menunjukkan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku sahamnya (Awaliyah & Safrihana, 2016). Idealnya, PBV lebih dari 1 menunjukkan bahwa perusahaan dihargai lebih tinggi dari nilai bukunya. Namun, berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), masih ditemukan beberapa bank yang memiliki nilai PBV di bawah 1. Seperti,

pada PT Bank Bumi Arta Tbk memiliki PBV sebesar 0,81 pada tahun 2021, sementara PT Bank Ina Perdana Tbk mencatat PBV sebesar 0,87 di tahun yang sama. Perusahaan yang memiliki nilai PBV dibawah 1 ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang rendah (Anggraini *et al.*, 2020). Hal ini disebabkan oleh rendahnya efisiensi manajemen, kurangnya inovasi, atau kurang optimalnya strategi perusahaan dalam membangun nilai. Berikut merupakan grafik rata-rata PBV sektor perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2020-2024.



Gambar 1. 1 Grafik rata-rata PBV sektor Perbankan (2020-2024)

Sumber : Diolah oleh peneliti (2025)

Grafik rata-rata *Price to Book Value* (PBV) sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024 menunjukkan tren yang fluktuatif namun mencerminkan perkembangan yang signifikan. Pada tahun 2020, rata-rata PBV tercatat sebesar 1,23 dan

mengalami peningkatan secara konsisten hingga mencapai puncaknya pada tahun 2023 dengan nilai sebesar 2,10. Peningkatan ini mencerminkan persepsi positif investor terhadap kinerja sektor perbankan, yang dinilai memiliki prospek pertumbuhan yang baik, pengelolaan aset yang semakin optimal, serta kemampuan menghasilkan laba yang memadai. Selain itu, peningkatan PBV juga mengindikasikan tingginya kepercayaan pasar terhadap efisiensi dan stabilitas sektor perbankan nasional dalam merespons dinamika ekonomi.

Namun, pada tahun 2024 terjadi penurunan rata-rata PBV menjadi 1,85. Penurunan nilai rata-rata PBV ini menunjukkan menurunnya kepercayaan pasar terhadap nilai perusahaan, meskipun rata-rata PBV masih di atas 1, yang berarti tingkat kepercayaan pasar tetap cukup baik (Anggraini *et al.*, 2020).

Nilai suatu perusahaan juga dapat ditentukan oleh harga sahamnya. Ketika pasar yakin terhadap kinerja baik dan prospek masa depan suatu perusahaan, maka harga saham bisa naik dan mempengaruhi pandangan investor (Rasendriya *et al.*, 2024). Menurut Kompas.id (2024), sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia mengalami tekanan yang ditandai dengan turunnya harga saham beberapa bank besar akibat kondisi ekonomi yang kurang stabil. Tekanan ini mencerminkan adanya sentimen negatif dari investor terhadap kinerja sektor perbankan. Berikut adalah grafik mengenai penurunan harga saham perbankan tahun 2024.



Gambar 1. 2 Grafik Harga Saham Bank Besar di Indonesia

Sumber : *RTI Business*

Berdasarkan data pergerakan harga saham, terlihat bahwa sejumlah saham bank besar mengalami penurunan yang cukup signifikan dalam kurun waktu sekitar 2,5 bulan terakhir. Saham BCCA tercatat turun sekitar 8,73%, BBNI sebesar 25,80%, BBRI sebesar 28,12%, dan BMRI turun sebesar 16,21% sejak pertengahan Maret 2024. Penurunan ini mencerminkan tren negatif di sektor perbankan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal maupun internal. Meskipun fluktuasi harga saham merupakan hal yang lumrah dalam pasar modal, penurunan yang terjadi secara berturut-turut menunjukkan adanya tekanan yang cukup kuat terhadap sentimen investor. Kondisi ini turut tercermin dalam penurunan

rata-rata *Price to Book Value* (PBV) sektor perbankan pada tahun 2024, yang menunjukkan bahwa pasar mulai menilai ulang valuasi dan prospek sektor ini di tengah dinamika ekonomi yang berkembang.

Fenomena ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan di sektor perbankan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pasar, tetapi terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu *intellectual capital* (Fauzia & Amanah, 2016). Di era perkembangan teknologi informasi saat ini, mendorong perusahaan di sektor perbankan beralih dari manajemen tenaga kerja (*labour based business*) ke manajemen berbasis pengetahuan (*knowledge based business*) dengan memanfaatkan *intellectual capital* untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan (Gani, 2022).

*Intellectual capital* merupakan aset tak berwujud dalam bentuk pengetahuan yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan dalam pengambilan keputusan baik untuk saat ini maupun masa depan (Abrari *et al.*, 2020). *Intellectual Capital* yang terdiri dari aset-aset tak berwujud seperti keterampilan tenaga kerja, nilai merek, dan sistem pengelolaan pengetahuan dianggap sebagai komponen penting dalam meningkatkan nilai tambah perusahaan (Asriani *et al.*, 2024). *Intellectual Capital* (Modal Intelektual) di Indonesia diakui dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 19 (revisi 2010) sehubungan dengan aset tidak berwujud (Rasendriya *et al.*, 2024).

*Intellectual capital* yang terdiri dari sumber daya manusia (*human capital*), sistem dan proses internal (*structural capital*), serta penggunaan

modal fisik secara produktif (*capital employed*) berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama di sektor perbankan (Lestari & Sapitri, 2016). Perusahaan yang mampu mengelola ketiga aspek tersebut dengan baik akan lebih mudah meraih kepercayaan investor karena dinilai mempunyai potensi jangka panjang (Wulandari & Purbawati, 2019). Seperti halnya, Bank Mandiri (Persero) Tbk secara konsisten meningkatkan anggaran pelatihan karyawan, dari Rp210 miliar pada 2020 menjadi Rp312 miliar pada 2023, sebagai bentuk investasi dalam sumber daya manusia. Langkah ini mendukung efisiensi dan kinerja jangka panjang perusahaan. Sebagai bukti komitmennya, Bank Mandiri memperoleh sertifikasi internasional ISO 21001:2018 dan ISO 30422:2022 dalam pengelolaan pendidikan dan pengembangan pegawai (finansial.bisnis.com, 2025). Hal ini berarti semakin besar modal intelektual yang dialokasikan oleh perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Fauzia & Amanah, 2016).

Sebaliknya, bank-bank kecil dengan modal inti di bawah Rp1 triliun (Kelompok Usaha Bank Umum/Kelompok Bank Umum Kecil atau BUKU 1) menghadapi tantangan dalam meningkatkan kinerja. Pada kuartal I 2024, laba bersih bank kecil turun 14,29% secara tahunan menjadi Rp3,35 triliun, sementara bank besar (BUKU IV) mencatatkan laba bersih Rp42,51 triliun, tumbuh 3,47% (Kontan.co.id, 2024). Perbedaan kinerja ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan sumber daya manusia dan pengelolaan *intellectual capital* berkontribusi

signifikan terhadap daya saing dan kinerja jangka panjang bank (Fristiani *et al.*, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Audria & Fathimah (2024) menunjukkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti peningkatan *Intellectual Capital* akan diikuti oleh kenaikan nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh Pratama & Maria (2023) yang mengungkapkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa tidak adanya hubungan antara kedua variabel tersebut.

Selain *Intellectual Capital*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi aspek strategis dalam membangun citra dan reputasi perusahaan, khususnya di era transparansi digital (Feryansyah & Sisdiyanto, 2024). Meskipun *corporate social responsibility* telah diwajibkan untuk perusahaan perseroan terbatas secara hukum juga CSR telah diatur dengan tegas oleh pemerintah dalam UU PT No.40 tahun 2007. Saat ini perusahaan sudah menyadari pentingnya *corporate social responsibility* bukan hanya sekedar kebijakan pemerintah. Namun, *corporate social responsibility* bisa untuk investasi jangka Panjang (Pratama & Maria, 2023). *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperhatikan lingkungan hidup dan aspek sosial baik didalam maupun diluar perusahaan (Alfika & Azizah, 2020)

Fenomena implementasi CSR di sektor perbankan Indonesia semakin menunjukkan arah yang positif dalam beberapa tahun terakhir.

Hal ini terlihat pada perkembangan laporan CSR mulai menunjukkan tren positif di Indonesia seiring perkembangan jaman (Ardiyanto & Taufan, 2017). Berdasarkan laporan keberlanjutan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sepanjang tahun 2022 lebih dari 95% bank umum di Indonesia telah melaporkan kegiatan CSR dalam bentuk program sosial, pelestarian lingkungan, hingga pemberdayaan ekonomi masyarakat.

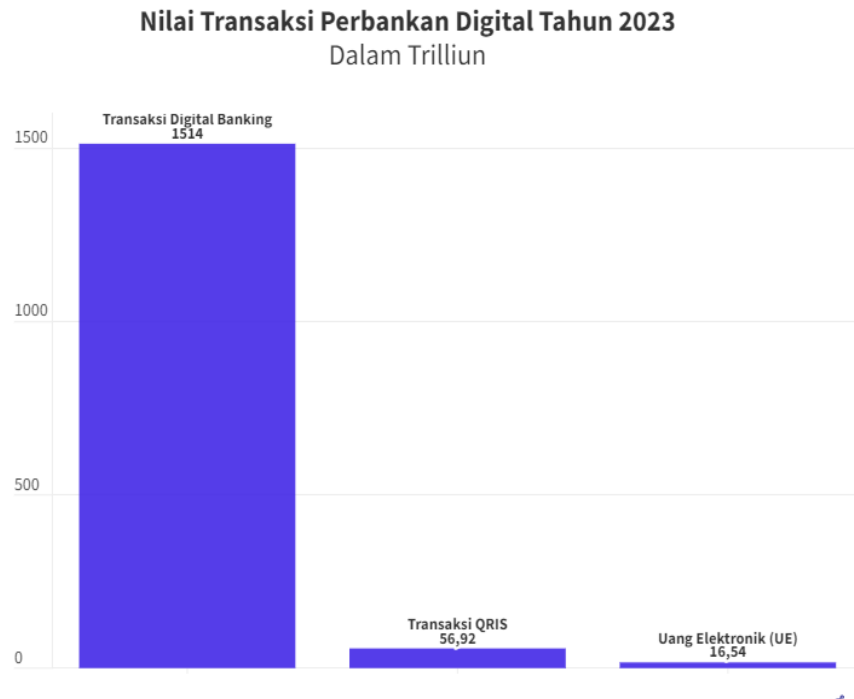
Contohnya, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2023 mengalokasikan anggaran CSR sebesar Rp 132 miliar, yang digunakan untuk program pendidikan, kesehatan, dan pengembangan UMKM. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan ini bermanfaat untuk meningkatkan citra, *brand*, dan harga saham perusahaan (Sulbahri, 2021). Inisiatif seperti ini bukan hanya memperkuat hubungan dengan masyarakat, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap persepsi publik dan investor. Investor menghargai tinggi perusahaan yang melakukan praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Irawan *et al.*, 2023). Data dari Bursa Efek Indonesia juga menyebutkan bahwa lebih dari 90% emiten sektor keuangan telah merilis laporan keberlanjutan sebagai bentuk akuntabilitas publik. Dukungan terhadap program sosial, lingkungan, dan tata kelola yang baik mendorong terciptanya kepercayaan publik dan investor.

Dalam penelitiannya, Irawan *et al.*, (2023) menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini juga diperkuat oleh

Yulianti *et al.*, (2024) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Rosyada & Prajawati (2022) yang menyimpulkan bahwa pengungkapan CSR mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

Pada era perkembangan teknologi yang pesat, transformasi digital telah menjadi elemen penting dalam strategi perusahaan, termasuk di sektor perbankan (Siswanti *et al.*, 2024). Industri keuangan terutama perbankan menjadi salah satu industri yang bergerak cepat dengan terus memperbaiki layanan dengan memanfaatkan teknologi digital agar terus dapat bertransformasi secara digital (Kurniawan *et al.*, 2021). Digitalisasi bukan hanya sekadar modernisasi layanan, tetapi juga menjadi alat untuk meningkatkan efisiensi, daya saing, dan kepercayaan nasabah. Selain itu, perusahaan juga harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat (Abrari *et al.*, 2020). Aplikasi teknologi saat ini sudah banyak digunakan pada financial dan transaksi seperti pembayaran melalui *smartphone*, online banking, online shop atau pembayaran otomatis melalui jaringan dalam bentuk lain (Dhipa & Darmawan, 2022). Perkembangan ini menunjukkan bahwa transformasi digital dapat berperan sebagai variabel intervening yang menguatkan hubungan antara *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* dalam meningkatkan nilai perusahaan. Berikut merupakan grafik

mengenai pertumbuhan nilai transaksi layanan perbankan digital di Indonesia pada tahun 2023.



Gambar 1. 3 Grafik Nilai Transaksi Perbankan 2023

Sumber: Bank Indonesia (2023)

Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2023), nilai transaksi *digital banking* mencapai Rp15.148,71 triliun, tumbuh 12,83% dibandingkan tahun sebelumnya. Transaksi uang elektronik naik 10,34% menjadi Rp16,54 triliun, dan QRIS mencatat pertumbuhan tertinggi sebesar 87,90% dengan nilai mencapai Rp56,92 triliun. Sementara itu, transaksi menggunakan kartu konvensional seperti ATM dan kartu debit/kredit justru mengalami penurunan sebesar 4,94%. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin beralih ke layanan perbankan *digital* yang lebih fleksibel dan efisien (Dhipa & Darmawan, 2022).

Percepatan digital diperlukan karena tingginya penggunaan *smartphone* telah mengubah kebiasaan masyarakat dari transaksi manual menjadi digital. Selain itu, digitalisasi memungkinkan layanan perbankan menjadi lebih cepat serta mendorong efisiensi dalam hal waktu dan biaya, baik bagi lembaga perbankan maupun para nasabah (Ronggo *et al.*, 2022). Perubahan inilah yang melandasi perlunya telaah mendalam terhadap nilai perusahaan di tengah arus transformasi digital yang kian cepat. Transformasi digital memberikan berbagai kemudahan dan manfaat serta mendorong inovasi yang mengarah pada penciptaan keunggulan kompetitif dan peningkatan kinerja perusahaan (Lantip & Daljono, 2023).

Peningkatan nilai perusahaan dalam sektor perbankan tidak lepas dari kontribusi *Intellectual Capital (IC)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yang diperkuat melalui pemanfaatan transformasi digital. Bank Mandiri mengalokasikan Rp1 triliun pada 2022 untuk pengembangan teknologi digital seperti *AI* dan *cloud computing* yang mendorong efisiensi layanan serta memperkuat *human* dan *structural capital*, berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Laporan Tahunan Bank Mandiri, 2022). Sementara itu, BNI mengembangkan BNI *Microfinance* yang menjangkau lebih dari 40.000 UMKM melalui aplikasi digital, memperbesar dampak sosial dan mendukung peningkatan nilai perusahaan (Laporan Keberlanjutan BNI, 2022). Dengan melakukan transformasi digital, diharapkan industri perbankan dapat terus melakukan

inovasi-inovasi yang akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan di masa mendatang (Kurniawan *et al.*, 2021).

Adanya perbedaan hasil pada penelitian-penelitian sebelumnya menjadi dasar dilakukannya penelitian lanjutan ini, dengan tujuan untuk menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan memberikan kontribusi terhadap topik yang dibahas. Penelitian ini juga merupakan pengembangan dari studi sebelumnya yang dilakukan (Abrari *et al.*, 2020), dengan beberapa perbedaan sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya memasukkan *Capital Structure* sebagai variabel tambahan, sementara penelitian ini tidak. Selain itu, penelitian sebelumnya menggunakan Profitabilitas sebagai variabel intervening, sementara penelitian ini menggunakan Transformasi Digital sebagai variabel intervening.
2. Fokus penelitian ini yaitu pada sektor perbankan yang terdaftar di BEI periode 2020 – 2024. Sedangkan subjek penelitian sebelumnya adalah sektor *Raw Material* dan *Manufacturing* yang terdaftar di BEI periode 2016 – 2020. Pemilihan sektor perbankan sebagai populasi didasarkan pada peran strategis sektor ini dalam perekonomian Indonesia, serta semakin pentingnya Transformasi Digital dalam mendukung kinerja dan nilai perusahaan perbankan, terutama di tengah perkembangan teknologi dan digitalisasi layanan perbankan.
3. Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan statistik dan menggunakan SPSS versi 25 dan *path analysis*. Namun,

penelitian ini lebih lengkap karena menambahkan uji deskriptif dan koefisien determinasi. Sementara itu, penelitian sebelumnya menggunakan uji Sobel melalui situs eksternal untuk menguji efek mediasi.

Berdasarkan urian sebelumnya, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Transformasi Digital sebagai Variabel Intervening (Studi pada Sektor Perbankan di BEI Periode 2020-2024)”** .

## **B. Batasan Masalah**

Berikut adalah batasan masalah dalam penelitian ini :

### 1. Variabel yang Digunakan

- a. *Intellectual Capital (IC)*
- b. *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- c. Nilai Perusahaan
- d. Transformasi Digital

### 2. Periode Penelitian

Data yang digunakan adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020–2024.

### 3. Sektor yang Diteliti

Penelitian ini fokus pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024.

#### 4. Metode Pengukuran

- a. Pengukuran *Intellectual Capital (IC)* menggunakan model VAIC dengan tiga komponen utama: *VACA (Value Added Capital Employed)*, *VAHU (Value Added Human Capital)*, dan *STVA (Structural Capital Value Added)*.
- b. Pengukuran CSR menggunakan CSR Index berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI) Standard 2021*.
- c. Pengukuran transformasi digital menggunakan rasio untuk mengukur seberapa besar perhatian analis terhadap perusahaan dalam konteks transformasi digital.

#### 5. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan *path analysis* sebagai metode analisis untuk mengevaluasi pengaruh langsung dan tidak langsung *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan transformasi digital sebagai variabel intervening.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Intellectual Capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 - 2024?

2. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 - 2024?
3. Apakah transformasi digital berperan sebagai variabel intervening dalam memediasi pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 - 2024?
4. Apakah transformasi digital berperan sebagai variabel intervening dalam memediasi pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 - 2024?

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

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini berdasarkan bagaimana rumusan masalah di atas:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 - 2024.
3. Untuk menguji secara empiris peran transformasi digital sebagai variabel intervening dalam memediasi pengaruh *Intellectual Capital*

terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024.

4. Untuk menguji secara empiris peran transformasi digital sebagai variabel intervening dalam memediasi pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 - 2024.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Menambah Kontribusi Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur mengenai pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan, terutama dalam konteks sektor perbankan di Indonesia.

- b. Memperluas Pemahaman tentang Transformasi Digital

Penelitian ini juga memberikan wawasan baru tentang peran transformasi digital sebagai variabel intervening yang dapat memediasi pengaruh antara *Intellectual Capital*, *CSR*, dan nilai perusahaan.

- c. Memberikan Perspektif Baru untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian berikutnya dalam bidang manajemen keuangan dan transformasi digital, serta menginspirasi kajian lebih lanjut mengenai

hubungan antara teknologi dan faktor non-finansial dalam meningkatkan nilai perusahaan.

## **2. Kegunaan Praktis**

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

Penelitian ini memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan perbankan untuk mengoptimalkan pengelolaan *Intellectual Capital* dan implementasi *CSR* guna meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan juga dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk merumuskan strategi digitalisasi yang lebih efektif.

### **b. Bagi Investor**

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada investor mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan pada sektor perbankan. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat dan menguntungkan.

### **c. Bagi Masyarakat Luas**

Penelitian ini memberikan pemahaman lebih tentang pentingnya perusahaan untuk mengelola *CSR* dan *Intellectual Capital* dalam meningkatkan nilai perusahaan dan kontribusinya terhadap ekonomi. Selain itu, masyarakat juga dapat memperoleh informasi mengenai perkembangan transformasi digital yang mendukung inklusi keuangan dan efisiensi sektor perbankan.