

Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Digitalisasi Perbankan, Dan Perubahan Regulasi Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan

Audina Ainurrahma^{1*}, Muhammad Yusuf²

^{1,2}Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas BPD, Indonesia

¹audinarahma855@gmail.com, ²mmyus.univbpd@gmail.com

Received 20 Juni 2026 | Revised 27 Juni 2026 | Published 30 Juni 2026

** corresponding author*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji dampak dari besaran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), adopsi teknologi di industri perbankan, dan perubahan kebijakan mengenai nilai korporasi untuk entitas perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari 2020 hingga 2025. Studi ini mencakup semua perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI selama periode tersebut. Kriteria khusus diterapkan dalam proses pemilihan sampel, sehingga total data observasi yang terkumpul sebanyak 144. Seluruh pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS serta metode regresi linear berganda. Temuan dari analisis membuktikan bahwa digitalisasi perbankan, penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan skala perusahaan secara bersama-sama memberikan dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, perubahan aturan belum memperlihatkan efek positif pada nilai perusahaan, sehingga hipotesis yang diajukan tidak terdukung. Hasil ini mengindikasikan bahwa aspek internal perusahaan dan implementasi transformasi digital berperan penting dalam mendorong nilai perusahaan, sementara penyesuaian regulasi masih belum mampu memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan sepanjang periode penelitian.

Kata kunci: Nilai Perusahaan; Ukuran Perusahaan; *Corporate Social Responsibility*; Digitalisasi Perbankan; Perubahan Regulasi

Abstract

This study aims to examine how company size, digital banking, corporate social responsibility (CSR), and regulatory changes influence the value of banking firms listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2020 to 2025. The research population consisted of all banking institutions listed on the IDX throughout the observation period. By applying a purposive sampling method with specific selection criteria, a total of 144 observations were gathered. The data were analyzed using multiple linear regression, carried out with the help of SPSS software. The findings indicate that firm value is positively and statistically significantly influenced. impacted by banking digitalization, CSR measures, and company size. On the other hand, regulatory modifications did not result in the expected increase in company value, resulting in the rejection of the corresponding hypothesis. These findings suggest that internal company factors and digital transformation contribute to enhancing firm value, whereas regulatory changes have not yet shown a positive contribution to firm value during the observation period.

Keywords: Firm Value; Firm Size; Corporate Social Responsibility; Banking Digitalization; Regulatory Changes

PENDAHULUAN

Berdasarkan pendapat (Nanang, 2025), nilai bisnis menjadi salah satu ukuran krusial yang menunjukkan sejauh mana investor meyakini prospek dan capaian kinerja suatu perusahaan. Dalam sektor perbankan, kepercayaan investor berperan sebagai elemen yang amat vital, mengingat industri ini berfungsi sebagai lembaga perantara yang keberlangsungannya sangat tergantung pada kepercayaan publik serta pasar.

Akan tetapi, dalam beberapa tahun belakangan, dunia perbankan dihadapkan pada sejumlah tantangan yang mengubah cara pandang investor terhadap masa depan sektor ini. Situasi itu terlihat dari pergerakan harga saham beberapa bank yang anjlok di awal 2025. Mengacu pada data (investor.id, 2025), turun 1,15% secara year-to-date. Merosotnya harga saham ini menjadi bukti bahwa persepsi investor terhadap prospek industri perbankan telah berubah. Harga saham adalah salah satu tolok ukur yang menggambarkan penilaian pasar terhadap suatu perusahaan, sehingga penurunannya bisa menjadi tanda bahwa nilai perusahaan ikut menurun. Keadaan ini menandakan bahwa perusahaan perbankan harus mengambil langkah-langkah konkret demi meningkatkan nilai perusahaan agar tetap bisa memikat investor dan menjaga daya saing di tengah dinamika industri perbankan.

Fenomena menurunnya nilai suatu perusahaan mengindikasikan bahwa masih ada beragam aspek yang mempengaruhi cara investor menilai lembaga perbankan. Berdasarkan kajian keuangan, nilai sebuah perusahaan dipengaruhi oleh elemen-elemen yang berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Elemen internal mencakup besaran skala perusahaan, penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), serta adopsi layanan digital di sektor perbankan. Sementara itu, salah satu elemen eksternal yang signifikan adalah penyesuaian regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah. Dengan demikian, keempat variabel ini menjadi krusial untuk diteliti lebih lanjut guna memahami fluktuasi nilai perusahaan di sektor perbankan.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan perbankan dapat memperkuat fundamental perusahaan melalui peningkatan aset dan skala usaha. Menurut (Andika, 2024) Ukuran suatu perusahaan menggambarkan kemampuannya dalam mengelola aset, memperoleh akses ke sumber pendanaan, serta menjaga keberlangsungan operasional. Pada industri perbankan, skala perusahaan biasanya diukur melalui total aset, mengingat aset menjadi komponen utama dalam kegiatan operasional bank dan merupakan indikator yang tepercaya untuk merepresentasikan besaran perusahaan. Sejumlah riset mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Ambrosia, 2023). Di sisi lain, terdapat pula temuan riset yang memperlihatkan dampak negatif dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang disebabkan oleh potensi inefisiensi operasional dan meningkatnya kompleksitas manajerial pada perusahaan berskala besar. Fenomena inefisiensi tersebut tidak hanya ditemukan pada satu sektor industri tertentu, melainkan bersifat lintas industri, terutama pada sektor-sektor yang padat aset dan regulasi, sehingga dapat menurunkan efektivitas pengelolaan perusahaan dan berdampak pada penilaian pasar (Dinda R, 2022; Juraidah, 2024).

Selain ukuran perusahaan, pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) juga kerap diteliti sebagai elemen yang berdampak pada nilai suatu perusahaan. Melalui penerapan CSR, perusahaan menunjukkan dedikasinya dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap beragam pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, pemerintah, serta investor. Dengan menjalankan CSR, perusahaan mampu membangun citra dan reputasi yang lebih positif, mendapatkan pengakuan sosial, serta mempererat hubungan dengan para pemangku kepentingan. Pengungkapan CSR yang efektif dapat memperbaiki citra perusahaan, memperkuat reputasi, dan meningkatkan keyakinan investor terhadap prospek bisnis perusahaan (Nanang, 2025). Sejumlah riset menunjukkan bahwa CSR

meningkatkan nilai perusahaan karena mampu memperbaiki pandangan investor mengenai prospek perusahaan ke depan (Nguyen, 2025). Akan tetapi, penelitian lain (Ambrosia, 2023) mengungkapkan bahwa CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan energi di BEI secara substansial selama periode 2018–2021. Hal ini didorong oleh rendahnya tingkat keterbukaan informasi CSR serta belum maksimalnya penerapan standar keberlanjutan di tingkat perusahaan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi yang semakin pesat mendorong perbankan untuk terus menyesuaikan diri melalui penerapan layanan berbasis digital. Transformasi digital perbankan dilakukan melalui pengembangan mobile banking, internet banking, dan layanan transaksi berbasis aplikasi guna meningkatkan efisiensi layanan serta mempermudah aktivitas nasabah. Penerapan digitalisasi juga dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional bank. Dengan demikian, semakin unggul layanan digital yang disediakan, semakin meningkat pula pandangan masyarakat terhadap mutu serta potensi masa depan suatu bank (Nur & El, 2026). Studi yang dilakukan oleh (Diah, 2026) menemukan bahwa digitalisasi meningkatkan nilai bisnis. Akan tetapi, riset dari (Adithya, 2022) justru menunjukkan bahwa digitalisasi belum mampu memberikan efek yang berarti terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan.

Selain faktor teknologi, stabilitas industri perbankan juga dipengaruhi oleh kebijakan regulasi pemerintah. Peraturan OJK Nomor 27 Tahun 2022 adalah Revisi Kedua dari Peraturan OHK Nomor 11/POJK.03/2016 yang mengatur Kewajiban Modal Minimum bagi Bank Umum. Regulasi tersebut diterbitkan sebagai upaya penyempurnaan ketentuan permodalan bank agar sistem perbankan menjadi lebih sehat, mampu berkembang, dan mampu bersaing sesuai dengan standar internasional. Melalui penguatan kewajiban modal minimum, bank diharapkan memiliki ketahanan yang lebih baik dalam menjalankan operasionalnya sehingga dapat menjaga stabilitas (POJK, 2022).

Berdasarkan fenomena menurunnya nilai perusahaan di sektor perbankan, temuan riset sebelumnya yang masih memperlihatkan ketidakseragaman hasil (celah penelitian), serta pentingnya peran faktor dari dalam maupun luar perusahaan dalam memengaruhi nilai perusahaan, studi ini ditujukan untuk mengkaji dampak ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), digitalisasi layanan perbankan, dan perubahan kebijakan regulasi yang berdampak pada nilai perusahaan untuk perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dalam rentang waktu 2020 hingga 2025.

Penelitian ini diproyeksikan mampu menyumbangkan kontribusi secara teoretis dengan memperluas khazanah literatur tentang elemen-elemen yang memengaruhi nilai korporasi, terutama di industri perbankan, melalui analisis dampak dari besaran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, digitalisasi sektor perbankan, serta perubahan ketentuan hukum dalam satu kerangka studi yang terpadu. Di samping itu, studi ini juga diharapkan mampu memberikan nilai guna secara praktis sebagai acuan bagi manajemen perbankan dalam menyusun strategi guna memperkuat nilai perusahaan, serta bagi para investor untuk mendukung proses pengambilan keputusan sebagai masukan dalam mengevaluasi efektivitas kebijakan yang berkaitan dengan penguatan industri perbankan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder

Menurut (Freeman, 2017) Teori pemangku kepentingan mengemukakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas pada pemegang saham, melainkan juga mencakup seluruh pihak yang memiliki keterkaitan dengan perusahaan, misalnya investor, nasabah, pemerintah, masyarakat, serta pihak-pihak lain. Suatu perusahaan yang berhasil

memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan akan mendapatkan dukungan, legitimasi, dan kepercayaan yang dapat mendukung keberlangsungan usaha serta meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam industri perbankan, kepercayaan stakeholder merupakan faktor yang sangat penting karena kegiatan operasional bank sangat bergantung pada kepercayaan masyarakat sebagai penyimpan dana, investor sebagai penyedia modal, dan pemerintah sebagai regulator. Menurunnya tingkat kepercayaan para pemangku kepentingan bisa mengubah pandangan investor terhadap masa depan perusahaan dan akhirnya memengaruhi nilai korporasi (Ambrosia, 2023). Karena itu, bank-bank harus memelihara relasi yang positif dengan para pemangku kepentingan agar kepercayaan tetap terjaga dan nilai perusahaan terus meningkat.

Berdasarkan teori stakeholder, perusahaan dapat melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kepentingan stakeholder. Perusahaan dapat memperkuat ukuran perusahaan melalui peningkatan aset dan kapasitas usaha sehingga dapat memperkuat kepercayaan investor terhadap kestabilan perusahaan (Andika, 2024). Di samping itu, penerapan Tanggung Jawab CSR mencerminkan dedikasi perusahaan dalam menjalankan kewajiban sosial dan lingkungan yang mampu memperbaiki citra serta legitimasi perusahaan di mata stakeholder (Putu, 2022). Di sisi lain, pengembangan layanan digital perbankan melalui mobile banking dan internet banking merupakan bentuk inovasi perusahaan dalam memenuhi kebutuhan nasabah sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan stakeholder (Diah A, 2026). Perusahaan juga dituntut untuk mematuhi regulasi yang ditetapkan pemerintah, termasuk ketentuan mengenai kewajiban penyediaan modal minimum bank umum sebagaimana diatur dalam POJK Nomor 27 Tahun 2022, sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam menjaga stabilitas dan keberlangsungan usaha. Dengan demikian, teori stakeholder dapat menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan, CSR, digitalisasi perbankan, dan perubahan regulasi terhadap nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan (Y)

Menurut (Juraidah, 2024), nilai perusahaan adalah cerminan dari pandangan pasar terhadap performa, prospek, serta keberlanjutan suatu entitas bisnis, yang terefleksikan melalui penilaian yang diberikan oleh investor di bursa saham. Dalam studi ini, Rasio Tobin's Q, yang merupakan perbandingan antara nilai buku aset perusahaan dan kapitalisasi pasarnya, digunakan untuk menghitung nilai perusahaan. Pemilihan indikator ini didasarkan pada kemampuannya dalam merepresentasikan penilaian yang diberikan oleh pasar secara menyeluruh secara lebih komprehensif serta mempertimbangkan ekspektasi investor terhadap aset perusahaan, khususnya pada sektor perbankan (Citra, 2022). Rasio ini dihitung dengan rumus:

$$Tobin's\ Q = \frac{MVE + \text{Total Liabilitas}}{\text{Total Assets}}$$

Keterangan:

- MVE (Nilai Pasar Ekuitas) didapatkan dari perkalian antara jumlah saham yang beredar dan harga saham penutupan pada akhir tahun.
- Total Liabilities adalah total seluruh kewajiban perusahaan, baik yang berjangka pendek maupun jangka panjang.
- Total Assets adalah total aset perusahaan pada akhir tahun.

Ukuran Perusahaan (X1)

Menurut (Agung, 2023) ukuran perusahaan adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar atau kecil ukuran operasional suatu entitas, yang tergambar dari jumlah sumber daya

ekonomi yang dimiliki, khususnya total aset. Ukuran ini biasanya diwakili oleh logaritma natural dari total aset ($\ln$ Total Aset). Penerapan logaritma bertujuan untuk memperkecil kesenjangan skala data yang signifikan antar sampel yang berbeda. Dalam studi yang dilakukan oleh (Citra, 2022), Jumlah aset perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Size = \ln(\text{Total Aset})$$

Ukuran perusahaan mencerminkan kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya yang dimiliki sekaligus menunjukkan seberapa besar skala operasional yang dijalankan.

Corporate Social Responsibility (CSR) (X2)

CSR adalah wujud dedikasi organisasi dalam mendukung pembangunan berkelanjutan, dengan cara mengungkapkan informasi terkait aspek keuangan, kemasyarakatan, serta lingkungan yang bersifat krusial bagi para pemangku kepentingan (Freeman, 2017). Untuk mengukur CSR pada studi ini, diterapkan Indeks Pengungkapan CSR (CSRI) yang disusun merujuk pada Standar GRI 2021. Pemilihan standar GRI didasarkan pada fakta bahwa GRI merupakan panduan pelaporan keberlanjutan yang paling populer dan diterima secara global dan mampu menggambarkan kualitas serta kelengkapan pengungkapan CSR perusahaan secara komprehensif (Bobby, 2024). Formula pengukuran CSR adalah sebagai berikut:

$$CSR\ Index = \frac{\text{Jumlah item yang diungkap}}{\text{Jumlah keseluruhan GRI}}$$

Pengukuran dilakukan dengan memberikan nilai 1 untuk setiap elemen tanggung jawab sosial yang dilaporkan oleh perusahaan dan nilai 0 untuk elemen yang tidak dilaporkan. Skor CSRI dihitung dari perbandingan antara total elemen yang dilaporkan dengan total keseluruhan elemen yang dipakai dalam penilaian (Septian, 2025). Penerapan CSRI berdasarkan GRI Standards 2021 pada studi ini sejalan dengan riset-riset sebelumnya yang menilai bahwa pendekatan tersebut mampu mencerminkan kualitas pengungkapan CSR perusahaan perbankan secara objektif dan terstandar.

Digitalisasi Perbankan (X3)

Menurut (Nur & El, 2026) digitalisasi perbankan merupakan proses transformasi kegiatan operasional dan layanan perbankan Dengan menggunakan teknologi digital, efisiensi operasional, mutu layanan, dan kemudahan akses bagi nasabah dapat ditingkatkan. Kemajuan teknologi informasi mendorong sektor perbankan untuk menggabungkan berbagai layanan berbasis digital, seperti perbankan mobile dan internet, dan beragam layanan transaksi elektronik lainnya, agar mampu bersaing lebih kuat dalam lanskap ekonomi digital. Penerapan digitalisasi berpotensi meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan perbankan, yang pada gilirannya membuat investor lebih yakin dengan prospek masa depan perusahaan.

Dalam studi ini, tingkat digitalisasi perbankan diukur dengan menggunakan Indeks Pengungkapan Perbankan Digital (DBDI) yang didapat dari penyajian informasi mengenai layanan digital perbankan di dalam laporan tahunan perusahaan. Metode ini diterapkan untuk mengevaluasi sejauh mana perusahaan telah mengadopsi digitalisasi perbankan telah mengimplementasikan teknologi digital dalam aktivitas operasionalnya (Diah, 2026).

Pengukuran indeks digitalisasi perbankan dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Digitalisasi Perbankan} = \frac{\text{Jumlah item digital banking yang diungkapkan}}{\text{Total item digital banking}}$$

Setiap butir pengungkapan diberikan nilai 1 jika perusahaan menyajikan informasi mengenai layanan digital di dalam laporan tahunan, dan nilai 0 jika tidak disajikan. Skor

indeks berkisar antara 0 sampai 1, dengan angka yang lebih besar mengindikasikan tingkat pengungkapan yang lebih tinggi tingkat implementasi digitalisasi perbankan yang semakin luas.

Pendekatan pengukuran menggunakan indeks pengungkapan digital banking dinilai mampu menggambarkan tingkat pemanfaatan teknologi digital dalam operasional perbankan serta menunjukkan komitmen perusahaan dalam melakukan transformasi digital.

Perubahan Regulasi (X4)

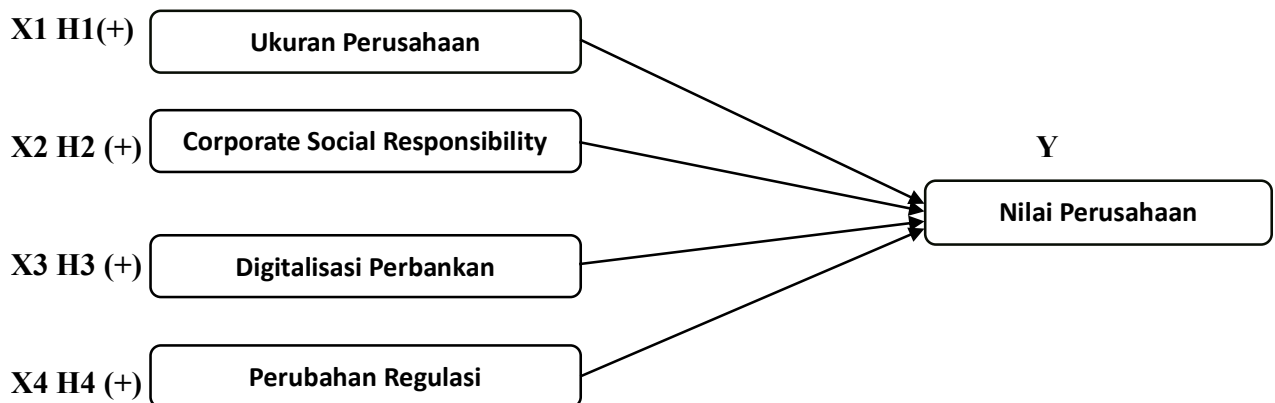
Perubahan regulasi merupakan kebijakan atau aturan baru yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah atau lembaga pengawas keuangan yang dapat memengaruhi aktivitas operasional perusahaan perbankan. Dalam konteks perbankan di Indonesia, regulasi umumnya dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama BI memiliki peran dalam menjaga stabilitas sistem keuangan, meningkatkan keterbukaan informasi, serta memperkuat tata kelola di sektor perbankan (berdasarkan POJK No. 27 Tahun 2022). Dalam studi ini, perubahan regulasi diukur dengan menggunakan variabel dummy, mengingat perubahan kebijakan tidak dapat diukur secara langsung dalam bentuk kuantitatif. Variabel dummy digunakan untuk menunjukkan ada atau tidaknya perubahan regulasi pada periode penelitian (K.A. Yoga, 2023; Shelvi, 2025).

Kriteria pengukuran variabel dummy adalah sebagai berikut:

- 0 = periode sebelum diberlakukannya POJK No 27 2022 tentang Kewajiban Penyediaan Modal Minimum Bank Umum.
- 1 = periode setelah diberlakukannya POJK Nomor 27 Tahun 2022.

Pendekatan ini digunakan untuk melihat bagaimana perubahan kebijakan dapat memengaruhi persepsi pasar terhadap perusahaan perbankan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan teoritis yang telah dipaparkan, Selanjutnya, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Ukuran Perusahaan memberikan dampak positif pada Nilai Perusahaan

H2: Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

H3: Digitalisasi di Sektor Perbankan memberikan dampak positif pada Nilai Perusahaan

H4: Perubahan dalam Regulasi memberikan dampak positif pada Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Karena data yang diolah Dari laporan keuangan tahunan, laporan tahunan, serta laporan keberlanjutan yang diterbitkan oleh perusahaan-perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020 hingga 2025, studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menilai secara objektif keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen melalui penerapan analisis statistik.

Metode riset ini meliputi penjelasan tentang sumber dan cara pengumpulan data, desain penelitian, populasi serta sampel yang diteliti, definisi operasional dari setiap variabel, dan teknik analisis data yang dipakai untuk menguji dampak dari ukuran perusahaan, CSR, digitalisasi di sektor perbankan, serta perubahan aturan terhadap nilai perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Statistik Deskriptif

Setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dilengkapi dengan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), serta simpangan baku. Statistik deskriptif ini dimanfaatkan untuk menggambarkan ciri-ciri dari data yang diteliti.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
X1 SIZE	144	30,8673	35,3025	31,72857	1,5042038
X2 CSR	144	0,0513	0,9658	0,435957	0,2353114
X3 DP	144	0	1	0,633838	0,3138051
X4 PR	144	0	1	0,666667	0,4730499
Y NP	144	0,8377	1,0875	0,911479	0,0643194
Valid N (listwise)	144				

Sumber: Data diolah, 2026

Variabel ukuran perusahaan (SIZE) menerima skor terendah 30,8673 dan skor tertinggi 35,3025, dengan nilai tengah 31,72857, menurut hasil analisis statistik deskriptif. Simpangan baku tercatat sebesar 1,5042038 lebih rendah daripada nilai rata-rata ini. Dalam situasi ini, data cenderung mengelompok di sekitar nilai rata-rata karena fakta bahwa sebaran data dari ukuran perusahaan kecil.

Variabel CSR memiliki nilai terendah sebesar 0,0513 dan nilai tertinggi sebesar 0,9658. Rata-rata nilai CSR tercatat sebesar 0,435957, yang lebih besar dibandingkan dengan simpangan bakunya yang mencapai 0,2353114. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keragaman data CSR tergolong rendah, serta sebaran data cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-ratanya.

Variabel digitalisasi perbankan (DP) memiliki nilai mulai dari 0,0000 hingga 1,0000. Rata-rata nilainya mencapai 0,633838, yang lebih besar dibandingkan simpangan baku sebesar 0,3138051. Keadaan ini mengindikasikan bahwa sebaran data digitalisasi perbankan tergolong cukup rendah, sehingga data cenderung bersifat seragam. Variabel perubahan regulasi (PR) memiliki nilai terendah 0,0000 dan nilai tertinggi 1,0000, dengan rata-rata 0,666667. Rata-rata ini ternyata lebih besar daripada simpangan bakunya yaitu 0,4730499. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebaran data dari perubahan regulasi tergolong cukup

rendah. Variabel nilai perusahaan (NP) yang menjadi variabel terikat memiliki nilai terendah 0,8377 dan nilai tertinggi 1,0875, dengan rata-rata 0,911479 lebih tinggi dari simpangan baku 0,0643194. Ini membuktikan bahwa nilai perusahaan dalam sampel penelitian memiliki sebaran yang rendah, sehingga data lebih banyak berkumpul di sekitar nilai rata-ratanya.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah data sisa, yang juga dikenal sebagai residual, dari suatu model regresi berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
				Unstandardized Residual
N				144
Normal Parameters ^{a,b}		Mean		0
		Std. Deviation		0,046647
Most Extreme Differences	Extreme	Absolute		0,063
		Positive		0,063
		Negative		-0,037
Test Statistic				0,063
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c				,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.			0,178
		99% Confidence Interval	Lower Bound	0,168
			Upper Bound	0,188

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 2 menyajikan Hasil pengujian normalitas yang dilaksanakan melalui teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test memperlihatkan bahwa angka Monte Carlo Sig. (2-tailed) yang didapatkan mencapai 0,178. Angka ini melebihi ambang batas signifikansi yaitu 0,05, oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa data sisa (residual) pada studi ini menyebar secara normal. Dengan begitu, anggapan mengenai normalitas telah terpenuhi model regresi yang diterapkan sudah sesuai dengan asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas di dalam sebuah model regresi. Sebuah model regresi yang ideal seharusnya tidak menghadapi masalah multikolinearitas. Pemeriksaan ini dapat dilaksanakan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Berdasarkan pandangan yang disampaikan oleh Ghazali (2021), sebuah model regresi dianggap terbebas dari multikolinearitas jika nilai Tolerance melebihi 0,10 dan nilai VIF berada di bawah 10.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1 SIZE	0,785	1,273
X2 CSR	0,792	1,262
X3 DP	0,844	1,185
X4 PR	0,827	1,209

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan temuan Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang disajikan pada Tabel 3, seluruh variabel independen menunjukkan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF kurang dari 10,00. Hasil ini menandakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel bebas dalam model penelitian ini. Oleh karena itu, semua variabel bebas yang dipakai bisa diterapkan secara simultan dalam model regresi tanpa menimbulkan persoalan korelasi yang signifikan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat ketidakseragaman varians pada residual dalam suatu model regresi. Pada penelitian ini, adanya heteroskedastisitas dideteksi melalui Uji Glejser, yaitu dengan melakukan regresi dari nilai absolut residual terhadap seluruh variabel independen. Berdasarkan pernyataan Ghazali (2021), suatu model regresi dianggap tidak mengalami masalah heteroskedastisitas jika masing-masing variabel independen menunjukkan nilai signifikansi yang melebihi 0,05.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

<i>Model</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1 (Constant)	-0,833	0,406
X1 SIZE	1,3	0,196
X2 CSR	-0,025	0,98
X3 DP	1,688	0,094
X4 PR	1,226	0,222

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel ukuran perusahaan (SIZE) adalah 0,196, sementara untuk variabel Corporate Social Responsibility (CSR) nilainya sebesar 0,980. untuk digitalisasi perbankan (DP) sebesar 0,094, dan untuk perubahan regulasi (PR) sebesar 0,222. Melalui hasil Uji Glejser, Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menghadapi masalah heteroskedastisitas, sebab seluruh variabel independen menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada periode tertentu dengan residual pada periode sebelumnya di dalam suatu model regresi. Pada penelitian ini, deteksi autokorelasi dilaksanakan menggunakan statistik Durbin-Watson (DW). Menurut Ghazali (2021), Suatu model regresi dikatakan bebas dari autokorelasi jika nilai statistik Durbin-Watson terletak antara batas atas (DU) dan nilai 4 dikurangi DU.

Tabel 5. Uji Autokorelasi

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	,689 ^a	0,474	0,459	0,047313	1,954

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan temuan dari pengujian yang disajikan dalam Tabel 5, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,954. Dengan jumlah sampel (n) sebanyak 144 serta total variabel bebas (k) berjumlah 4, nilai Durbin-Watson tersebut mendekati angka 2, sehingga mengindikasikan bahwa tidak ada autokorelasi di antara residual dalam model regresi. Artinya, residual pada satu observasi tidak terpengaruh oleh residual dari observasi lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi yang diterapkan sudah sesuai dengan asumsi autokorelasi, sehingga dapat diandalkan untuk melanjutkan ke tahap uji hipotesis.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diterapkan guna mengidentifikasi dampak dari ukuran perusahaan, CSR, digitalisasi sektor perbankan, serta perubahan regulasi terhadap nilai perusahaan. Proses pengolahan data pada studi ini dijalankan dengan memanfaatkan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1 (Constant)	0,308	0,092		3,353	0,001		
X1 SIZE	0,018	0,003	0,41	5,908	0	0,785	1,273
X2 CSR	0,093	0,019	0,339	4,901	0	0,792	1,262
X3 DP	0,033	0,014	0,162	2,426	0,017	0,844	1,185
X4 PR	-0,022	0,009	-0,163	-2,406	0,017	0,827	1,209

Sumber: Data diolah, 2026

Persamaan regresi yang didapatkan adalah:

$$Y = 0,308 + 0,018X_1 (\text{SIZE}) + 0,093X_2 (\text{CSR}) + 0,033X_3 (\text{DP}) - 0,022X_4 (\text{PR}) = e$$

Persamaan tersebut mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), serta digitalisasi perbankan mempunyai korelasi yang searah dengan nilai perusahaan, yaitu bersifat positif. Di sisi lain, perubahan regulasi justru menunjukkan korelasi terbalik atau negatif terhadap nilai perusahaan. Meskipun demikian, untuk memastikan apakah setiap variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan atau tidak, diperlukan analisis lebih mendalam melalui uji t.

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Koefisien determinasi, yang disimbolkan dengan R², berfungsi sebagai alat ukur untuk menilai sejauh mana variabel bebas mampu menerangkan variabel terikat di dalam sebuah model penelitian.

Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
,689^a	0,474	0,459

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,459. Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti skala perusahaan, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), digitalisasi di sektor perbankan, dan perubahan kebijakan secara kolektif dapat menjelaskan variasi dalam nilai perusahaan sebanyak 45,9%.

Sedangkan 54,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor luar lainnya yang tidak termasuk dalam model kajian ini.

Uji Simultan (F-test)

Uji F dimanfaatkan untuk menguji apakah semua variabel bebas dalam sebuah studi secara simultan (bersama-sama) memberikan dampak pada variabel terikat. Berdasarkan pendapat Ghozali (2021), model regresi dianggap bermakna jika angka signifikansinya berada di bawah 0,05.

Tabel 8. Uji F

	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Regression	31,319	,000^b

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian yang tercantum pada Tabel 8, diperoleh nilai F hitung sebesar 31,500, dengan tingkat signifikansi 0,000. Tingkat signifikansi ini lebih rendah dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan signifikan secara statistik bisa ditarik simpulan bahwa variabel besaran perusahaan, CSR, digitalisasi sektor perbankan, serta perubahan aturan perundang-undangan Secara kolektif, pengaruh yang ditimbulkan terhadap nilai perusahaan menjadi nyata.

Uji Statistik t (t-test)

Uji statistik t digunakan untuk mengkaji dampak setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu. Berdasarkan pendapat Ghozali (2021), sebuah variabel dinilai memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Tabel 9. Uji Statistik t

	<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	,308	,092		3,353	,001		
	X1 SIZE	,018	,003	,410	5,908	,000	,785	1,273
	X2 CSR	,093	,019	,339	4,901	,000	,792	1,262
	X3 DP	,033	,014	,162	2,426	,017	,844	1,185
	X4 PR	-,022	,009	-,163	-	,017	,827	1,209
					2,406			

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan temuan dari uji t yang tercantum pada Tabel 9, hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut:

- H_1 : Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh ukurannya.
Berdasarkan hasil pengujian t, variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, di mana nilai tersebut berada di bawah 0,05, dengan koefisien regresi yang tercatat sebesar 0,018. Temuan ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak yang berarti dan mengarah positif pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H_1) yang mengemukakan bahwa ukuran perusahaan memberikan efek positif terhadap nilai perusahaan bisa dinyatakan sebagai diterima.
- H_2 : Corporate Social Responsibility (CSR) mendukung nilai perusahaan.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki koefisien regresi 0,093 dan signifikansi 0,000. Angka-angka ini menunjukkan bahwa CSR memberikan

pengaruh besar dan positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dapat diterima, yang berarti anggapan bahwa CSR memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan bisa diterima.

- c. H₃: Digitalisasi Perbankan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
Variabel digitalisasi pada sektor perbankan menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,017 serta koefisien regresi positif yang nilainya 0,033. Digitalisasi perbankan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, menurut nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Akibatnya, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.
- d. H₄: Perubahan Regulasi berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan
Variabel perubahan regulasi menunjukkan nilai signifikansi 0,017 dan koefisien regresi -0,022. Temuan ini mengindikasikan bahwa arah hubungan yang terjadi tidak sejalan dengan hipotesis penelitian, yang sebelumnya memprediksi adanya hubungan positif. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) dinyatakan tidak dapat diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki skala usaha lebih besar umumnya lebih mampu memenuhi kepentingan para stakeholder, termasuk investor dan kreditor, karena didukung oleh sumber daya yang lebih besar serta kondisi keuangan yang relatif lebih stabil (Freeman, 2017). Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder dan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji t, variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi sebesar 0,018 yang menunjukkan arah positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama H₁ yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan perbankan yang memiliki aset lebih besar cenderung mempunyai nilai perusahaan yang lebih tinggi. Besarnya aset yang dimiliki perusahaan mencerminkan kapasitas operasional yang kuat serta kemampuan perusahaan dalam menjaga keberlangsungan usaha. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Citra Tiara, 2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Dalam teori stakeholder dijelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan, seperti masyarakat, pemerintah, karyawan, dan lingkungan. Salah satu bentuk tanggung jawab tersebut diwujudkan melalui pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR). Penerapan CSR yang baik dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan stakeholder serta membentuk citra positif perusahaan di mata publik.

Berdasarkan hasil uji t, variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi sebesar 0,093 yang menunjukkan arah positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh

positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua H_2 yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Pengungkapan CSR memberikan informasi kepada stakeholder mengenai komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder, khususnya investor, terhadap keberlanjutan usaha perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Temuan ini mendukung teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu memenuhi kepentingan stakeholder akan memperoleh dukungan yang lebih besar dari para pemangku kepentingan. Dukungan tersebut dapat tercermin dalam meningkatnya kepercayaan investor dan penilaian pasar terhadap perusahaan (Freeman, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putu Denny, 2022), dan (Dinda Rehanil A, 2022) yang menemukan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Digitalisasi Perbankan terhadap Nilai Perusahaan

Digitalisasi perbankan merupakan upaya transformasi layanan dan operasional bank melalui pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, kualitas layanan, serta kemudahan akses bagi nasabah (Suseno et al., 2025). Penerapan digitalisasi memungkinkan perusahaan perbankan untuk memberikan layanan yang lebih cepat, efektif, dan sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan hasil uji t , variabel digitalisasi perbankan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,017 yang lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi sebesar 0,033 yang menunjukkan arah positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis ketiga H_3 yang menyatakan bahwa digitalisasi perbankan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat implementasi digitalisasi perbankan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Penerapan layanan digital seperti mobile banking, internet banking, dan berbagai layanan transaksi berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional serta kualitas pelayanan kepada nasabah. Kondisi tersebut dapat memperkuat daya saing perusahaan perbankan dan mendorong peningkatan penilaian investor terhadap perusahaan.

Temuan ini mendukung teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan perlu memperhatikan kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan dalam menjalankan aktivitas usahanya (Freeman, 1984). Melalui pengembangan layanan digital, perusahaan perbankan dapat memberikan kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas layanan yang lebih baik bagi nasabah sehingga mampu meningkatkan kepercayaan stakeholder. Kepercayaan tersebut pada akhirnya dapat tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Diah Ayu Wulandari, 2026) yang menemukan bahwa digitalisasi perbankan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Perubahan Regulasi terhadap Nilai Perusahaan

Perubahan regulasi merupakan kebijakan yang ditetapkan oleh otoritas terkait untuk menyesuaikan kondisi industri perbankan dengan perkembangan ekonomi dan sistem keuangan. Dalam penelitian ini, perubahan regulasi diproksikan menggunakan variabel

dummy yang mengacu pada perubahan ketentuan mengenai kewajiban penyediaan modal minimum bagi bank.

Berdasarkan hasil uji t, variabel perubahan regulasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,017 dengan koefisien regresi sebesar -0,022. Meskipun nilai signifikansi berada di bawah 0,05, arah koefisien regresi yang diperoleh tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang mengharapkan adanya pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis keempat H_4 yang menyatakan bahwa perubahan regulasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tidak dapat diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan regulasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dimungkinkan karena mayoritas sampel penelitian merupakan bank umum yang telah memiliki kondisi permodalan yang relatif kuat, sehingga penerapan POJK Nomor 27 Tahun 2022 tidak menimbulkan perubahan kondisi yang cukup besar untuk memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, perubahan regulasi dalam penelitian ini diukur menggunakan variabel dummy, sehingga pengukuran tersebut hanya membedakan periode sebelum dan sesudah regulasi dan belum mampu menangkap tingkat dampak regulasi pada masing-masing bank.

Berdasarkan Stakeholder Theory, perubahan regulasi diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan regulasi belum memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pada perusahaan perbankan yang menjadi sampel penelitian, perubahan regulasi belum mampu menjelaskan perubahan nilai perusahaan. Selain itu, penggunaan variabel dummy sebagai proksi perubahan regulasi juga memiliki keterbatasan karena hanya membedakan periode sebelum dan sesudah regulasi, sehingga belum sepenuhnya menggambarkan dampak regulasi pada masing-masing bank.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR), digitalisasi di sektor perbankan, serta perubahan kebijakan terhadap nilai perusahaan pada entitas perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2020 hingga 2025, ditemukan bahwa ukuran perusahaan memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan skala aset yang lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Karena dianggap memiliki kondisi finansial yang lebih kokoh serta prospek usaha yang lebih cerah di perspektif investor.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan dan pelaporan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan mampu memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan serta membangun reputasi yang unggul, sehingga pada akhirnya memacu peningkatan nilai perusahaan.

Di samping itu, digitalisasi di sektor perbankan memberikan efektif dan signifikan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Studi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai layanan serta proses operasional perbankan mampu mendorong peningkatan efisiensi, kualitas pelayanan, dan daya saing dari perusahaan tersebut sehingga memperoleh respons positif dari investor dan pasar.

Di sisi lain, perubahan kebijakan belum memberikan dampak positif bagi nilai perusahaan seperti yang diperkirakan dalam studi ini. Hasil analisis memperlihatkan bahwa arah korelasi yang ditemukan tidak sejalan efektif dan signifikan untuk meningkatkan nilai

perusahaan. Studi ini menunjukkan bahwa Penemuan ini menunjukkan bahwa perubahan aturan mengenai kewajiban modal minimum belum efektif dalam meningkatkan nilai perusahaan pada sektor perbankan sepanjang periode penelitian.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian serta berbagai keterbatasan yang sudah dipaparkan, peneliti merekomendasikan agar studi berikutnya bisa menambahkan variabel tambahan yang diduga memengaruhi nilai bisnis, sehingga hasil yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh. Di samping itu, riset selanjutnya disarankan untuk memakai indikator yang lebih bervariasi dalam mengukur digitalisasi perbankan dan perubahan ketentuan regulasi, supaya dapat merepresentasikan kondisi perusahaan dengan lebih mendalam. Bagi entitas perbankan, temuan riset ini diharapkan bisa dijadikan acuan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan skala usaha, pelaksanaan CSR, penguatan digitalisasi perbankan, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan regulasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andika Julian, E. S. (2024). The Effect Of Corporate Social Responsibility (CSR) And Company Size On Firm Value With Profitability As A Moderating Variable (Empirical Study On Manufacturing Companies In The Consumer Goods Industry Sector Listed On The IDX For The 2019-2021 Period). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Number 1).
- Bobby Santoso, N. S. (2024). Enterprise Risk Management dan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Pertambangan. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*.
- Citra Tiara, D. J. (2022). Pengaruh Green Banking, Firm Age dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.17509/jpak.v10i2.44526>
- Diah Ayu Wulandari, H. K. I. S. (2026). *Pengungkapan Digitalisasi dan Modal Intelektual terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Perbankan: Peran Moderasi Kinerja Keuangan*.
- Dinda Rehanil A, T. A. L. A. S. (2022). The Effect Of Corporate Social Responsibility Disclosure On Firm Value With Firm Size As A Moderating Variable Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. <https://online-journal.unja.ac.id/jaku>
- Freeman, R. (2017). Stakeholder Theory: Learning From Each Other. *Symphony. . Emerging Issue in Management*.
- Juraidah, S. H. G. W. (2024). Pengaruh Modal Intelektual, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Di Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*. <https://doi.org/10.31932/jpe.v9i2.2858>
- K.A. Yoga Budiarta, S. K. S. D. (2023). *Pengaruh Kecukupan Modal Minimum, Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Nur Mahmudah El Madja, A. H. A. P. (2026). *Integrasi Transformasi Digital dan Strategi Komunikasi Perbankan dalam Meningkatkan Efisiensi Layanan dan Loyalitas Nasabah*.

- POJK No. 27. (2022). *Kewajiban Penyediaan Modal Minimum Bank Umum*.
- Putu Denny. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 2020*.
- Shelvi Permata Sari. (2025). *Pengaruh Financial Slack, Profitabilitas Dan Regulasi Pemerintah Terhadap Corporate Social Responsibility Expenditure*.
- Suseno, T. A. P., Aulia, D., Kristanto, T., & Baskara, D. B. (2025). Dampak Digitalisasi Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub-Sektor Perbankan Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5(4), 7301–7320. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v5i4.4041>