



Pengaruh Green Banking, Corporate Social Responsibility, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Nanang Abdul Rohman ^{a,1}, Fathihani ^{b,2*}

^{a,b} Universitas Dian Nusantara, Indonesia

² fathihani@undira.ac.id*

* corresponding author

INFO ARTIKEL

Kemajuan Artikel
Masuk
15 Oktober 2025
Diperbaiki
23 November 2025
Diterima
25 November 2025

Keywords
Green Banking;
Corporate Social Responsibility;
Company Value;
Conventional Banking

Kata Kunci
Green Banking;
Corporate Social Responsibility;
Nilai Perusahaan;
Perbankan Konvensional

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of *green banking*, *corporate social responsibility*, and company size on company value in the conventional banking sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2020-2024. This study uses a quantitative approach, and based on its objectives, this type of research is causal. The population of this study is conventional banking companies listed on the IDX, totaling 42 companies for the period 2020-2024. This study uses the purposive sampling method, selecting 15 companies multiplied by 5 periods. This study uses descriptive statistical analysis using secondary data with descriptive statistical tests. This is followed by a classical assumption test using the multiple regression model hypothesis testing method. This study uses panel data regression analysis tools with the help of the SPSS 26 application. The results show that *green banking* and *corporate social responsibility* have a positive and significant effect on company value. However, company size has no effect on company value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Green banking*, *Corporate social responsibility*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Perbankan Konvensional yang Terdaftar Di BEI Periode 2020-2024. Pendekatan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan secara kuantitatif, dan berdasarkan tujuannya, jenis penelitian ini adalah kausal. Populasi penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Perbankan Konvensional yang terdaftar di BEI dimana berjumlah 42 perusahaan periode 2020-2024. Penelitian ini menggunakan metode Purposive Sampling, terpilih 15 perusahaan dikalikan 5 periode. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dengan menggunakan data sekunder dengan uji statistik deskriptif. Dilanjutkan dengan uji asumsi klasik dengan menggunakan metode pengujian hipotesis model regresi berganda. Pada penelitian ini menggunakan alat analisis regresi data panel dengan alat bantu aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *green banking* dan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



1. Pendahuluan

Kondisi perekonomian Indonesia pada tahun 2024 mengalami pertumbuhan yang relatif stabil dengan Produk Domestik Bruto (PDB) tumbuh sebesar 5,03%. Meskipun ada tantangan dari ketidakpastian global,

perekonomian nasional tetap didukung oleh konsumsi domestik yang kuat serta peningkatan aktivitas di sektor manufaktur dan investasi. Sektor jasa menjadi penggerak utama pertumbuhan, mengalami peningkatan signifikan sebesar 9,80%, menunjukkan pergeseran ekonomi ke arah digitalisasi dan peningkatan permintaan layanan. Pemerintah terus berupaya menjaga stabilitas ekonomi melalui kebijakan fiskal yang berimbang. Dengan kondisi ekonomi yang cenderung positif, berbagai sektor industri di Indonesia tetap memiliki prospek pertumbuhan yang kuat dalam menghadapi tantangan di tahun-tahun mendatang (Kemenkeu, 2024).

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang stabil, sektor keuangan Indonesia pada tahun 2024 menunjukkan ketahanan yang kuat di tengah dinamika global. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan bahwa stabilitas jasa keuangan tetap terjaga, didukung oleh kebijakan moneter yang adaptif dan penguatan regulasi. Di sisi lain, digitalisasi sektor keuangan semakin berkembang, dengan peningkatan transaksi melalui layanan keuangan berbasis teknologi yang mendorong inklusi keuangan. Dengan kondisi ini, sektor keuangan Indonesia berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan.

Sejalan dengan stabilitas sektor keuangan, industri perbankan konvensional di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang positif sepanjang tahun 2024. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa peran perbankan tetap kuat, dengan pertumbuhan kredit mencapai 10,92% (yoY), meningkat dari tahun sebelumnya. Bank-bank konvensional berperan penting dalam mendukung aktivitas ekonomi nasional, terutama melalui penyaluran kredit kepada sektor korporasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, digitalisasi layanan perbankan semakin berkembang, memungkinkan efisiensi operasional dan peningkatan akses keuangan bagi masyarakat. Dengan kondisi ini, perbankan konvensional tetap menjadi pilar utama dalam menjaga stabilitas ekonomi dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan.

Namun, di tengah pencapaian tersebut, sektor perbankan konvensional tidak terlepas dari tantangan struktural yang semakin kompleks. Percepatan ekspansi dan digitalisasi menuntut lembaga perbankan untuk terus berinovasi dalam strategi bisnis guna mempertahankan kelangsungan hidupnya (Nugrahini, 2024). Di sisi lain, tekanan dari ketidakpastian ekonomi global, perubahan regulasi, dan tuntutan transparansi semakin memperkuat ekspektasi investor terhadap keberlanjutan bisnis. Nilai perusahaan, yang mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja keuangan bank, menjadi indikator penting yang dipengaruhi oleh berbagai faktor strategis dan eksternal.

Salah satu tantangan yang semakin mendesak adalah dampak lingkungan dari aktivitas ekonomi, termasuk pembiayaan sektor-sektor yang berisiko tinggi terhadap ekosistem. Meskipun perbankan konvensional tidak terlibat langsung dalam eksploitasi sumber daya alam, peran mereka sebagai penyedia dana menjadikan mereka aktor penting dalam rantai keberlanjutan. Sayangnya, masih terdapat praktik pembiayaan yang belum sepenuhnya mempertimbangkan risiko lingkungan, sehingga menimbulkan kritik terhadap komitmen keberlanjutan lembaga keuangan (KLHK, 2024). Dalam merespons isu ini, konsep *green banking* mulai diterapkan sebagai strategi untuk mengarahkan pembiayaan ke sektor-sektor ramah lingkungan dan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasional bank (OJK, 2023). Di samping itu, implementasi *corporate social responsibility* (CSR) menjadi instrumen penting untuk menunjukkan tanggung jawab sosial dan lingkungan bank kepada publik. Namun, dalam praktiknya, CSR di sektor perbankan konvensional masih sering bersifat simbolik dan belum sepenuhnya berdampak pada transformasi nilai perusahaan (Wibowo & Sari, 2022).

Ketidaksesuaian antara klaim keberlanjutan dan praktik nyata menimbulkan keraguan investor terhadap integritas perusahaan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi persepsi pasar dan menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara kritis bagaimana strategi keberlanjutan seperti *green banking* dan CSR berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan perbankan konvensional, khususnya di tengah tuntutan transparansi, dan persaingan industri. Sektor perbankan konvensional memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Namun, dalam era keberlanjutan, bank dituntut tidak hanya mengejar keuntungan finansial tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Konsep *green banking* menjadi salah satu upaya untuk mengintegrasikan aspek lingkungan dalam kegiatan perbankan, sementara *corporate social responsibility* (CSR) mencerminkan komitmen bank terhadap pembangunan berkelanjutan. Selain itu, ukuran perusahaan juga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, karena perusahaan besar cenderung memiliki akses lebih luas terhadap sumber daya dan modal. Penelitian ini menggunakan teori legitimasi untuk menjelaskan hubungan antara

praktik keberlanjutan dengan nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *green banking*, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan perbankan konvensional di BEI periode 2020–2024.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Legitimasi

Menurut Dowling dan Pfeffer (1975), legitimasi adalah kondisi di mana sistem nilai suatu entitas selaras dengan sistem nilai yang berlaku dalam masyarakat. Jika terjadi ketidaksesuaian, maka legitimasi perusahaan dapat terancam, yang berpotensi mempengaruhi keberlanjutan bisnisnya. Legitimasi teoritis perusahaan perbankan dapat dicapai dengan mengungkapkan informasi seperti praktik perbankan hijau, *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan atau laporan tahunan mereka. Fakta bahwa bank mengungkapkan beberapa informasi tentang praktik perbankan hijau dan *corporate social responsibility* yang telah mereka terapkan akan membantu membangun kepercayaan publik. Sektor perbankan memiliki tanggung jawab dan akuntabilitas terhadap masyarakat, lingkungan sosial dan lingkungan hidup dalam kegiatan operasionalnya (Zhang & de Vries, 2022).

2.2. Teori Sinyal

Teori sinyal menyatakan bahwa pemilik informasi dapat memberi sebuah sinyal berbentuk informasi terkait kondisi perusahaan kepada investor. Teori sinyal berasal dari teori akuntansi pragmatik, yang menyatakan informasi dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku dari pengguna informasi tersebut (Winarto & Nurhidayah, 2021). Ketika suatu emiten mengeluarkan pengumuman, maka informasi dalam pengumuman tersebut dapat mempengaruhi harga saham dari emiten tersebut. Perusahaan dengan kondisi yang baik akan memberi sinyal kepada pasar secara sengaja. Melalui informasi tersebut, diharapkan pasar mampu membedakan perusahaan yang berkualitas atau tidak.

2.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang dicapai perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan setelah melalui proses kegiatan sejak perusahaan berdiri sampai dengan berkembang saat ini. Sehingga nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan dan kinerja finansial suatu perusahaan. Nilai perusahaan adalah salah satu indikator yang menjadi bahan pertimbangan calon investor dalam pengambilan keputusan karena nilai perusahaan mencerminkan asset yang dimiliki suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat dinilai dari harga saham yang stabil dan meningkat setiap harinya (Hilleri et al., 2025).

2.4. Green Banking

Green banking dimaknai sebagai suatu konsep, di mana bank tidak lagi berorientasi hanya pada pengelolaan perusahaan guna mencapai keuntungan maksimal bagi pemegang saham, melainkan tanggung jawab terhadap aspek sosial dan ekologi sebagai upaya berkelanjutan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. 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 (Kusumadewi et al., 2023).

2.5. Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *corporate social responsibility* merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Penerapan *corporate social responsibility* dalam perusahaan-perusahaan diharapkan selain memiliki komitmen finansial kepada pemilik atau pemegang saham, tapi juga memiliki komitmen sosial terhadap para pihak lain yang berkepentingan, karena *corporate social responsibility* merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang (Hilleri et al., 2025).

2.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya asset yang dimiliki bank. Perusahaan dengan total asset yang besar menunjukkan kemampuan suatu perusahaan. Perusahaan berskala besar menggambarkan adanya kondisi aset yang besar pula sehingga menunjukkan perusahaan berada dalam kondisi stabil untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya dan memiliki kemudahan untuk masuk ke dalam pasar saham. Dalam aktivitas meningkatkan firm value, manajemen akan mengelola sumber dana yang diperoleh dari investor sebagai bentuk pengaruh dari ukuran perusahaan tersebut (Kusumadewi et al., 2023).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari April hingga Juni 2025. Data perbankan konvensional yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat dengan melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menghubungkan pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Penelitian ini menggunakan beberapa variabel independen yaitu *green banking*, *corporate social responsibility* dan Ukuran Perusahaan. Variabel dependen yang digunakan adalah Nilai Perusahaan.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020- 2024. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia per 31 Desember 2020-2024. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Sampel

No	Kriteria Seleksi	Jumlah Bank
1	Total bank konvensional terdaftar di BEI (populasi awal)	42
2	Bank yang tidak menyampaikan laporan tahunan lengkap setiap tahun (2020–2025)	(10)
3	Bank yang tidak menerbitkan laporan keberlanjutan atau CSR secara konsisten	(11)
4	Bank yang mengalami merger, akuisisi, atau delisting selama periode penelitian	(6)
5	Bank yang memenuhi seluruh kriteria (digunakan sebagai sampel)	15
Jumlah observasi yang diperoleh (15 bank × 5 tahun)		75 sampel

Berikut adalah daftar perusahaan yang dijadikan sample penelitian:

Tabel 2. Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Bank
1	BBRI	Bank Rakyat Indonesia
2	BMRI	Bank Mandiri
3	BBNI	Bank Negara Indonesia
4	BBTN	Bank Tabungan Negara
5	BBCA	Bank Central Asia
6	BDMN	Bank Danamon
7	NISP	Bank OCBC NISP
8	MEGA	Bank Mega
9	BGTG	Bank Ganesha Tbk
10	BVIC	Bank Victoria International Tbk
11	MAYA	Bank Mayapada Internasional
12	BABP	Bank MNC Internasional
13	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk
14	BNLI	Bank Permata Tbk
15	ARTO	Bank Jago

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan Tobin's Q sebagai ukuran nilai perusahaan. Formulasi Tobin's Q sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{MVE + Debt}{Total Aktiva}$$

Keterangan:

MVE = Nilai pasar jumlah lembar saham beredar yang diperoleh dengan cara jumlah saham beredar dikalikan dengan closing price/harga saham penutupan di akhir tahun.

Debt = Nilai total hutang perusahaan

Proksi yang digunakan untuk mengukur *green banking* menurut Khan et al. (2021) dan peneliti sebelumnya yaitu, *Green banking Disclosure Index* (GBDI). Dengan rumus sebagai berikut:

$$GBDI = \frac{\sum X_i}{N}$$

Keterangan:

GBDI = Pengungkapan *Green banking* Disclosure Indeks

$\sum X_i$ = Total skor pengungkapan

N = Jumlah keseluruhan indikator pengungkapan *green banking*

Proksi yang digunakan untuk mengukur csr menurut Romli & Zaputra (2021) dan peneliti sebelumnya yaitu:

$$CSR = \frac{\text{Jumlah Indikator yang Diungkapkan}}{\text{Jumlah Indikator Ekonomi Berdasarkan GRI - G4}}$$

Proksi yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan menurut Yulianti et al. (2024) dan peneliti sebelumnya yaitu:

$$Ln (Total Aset)$$

Pada penelitian ini menggunakan Uji asumsi klasik yang harus terpenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis ordinary least square (OLS), setidaknya ada empat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Kemudian analisis regresi linier berganda serta menguji hipotesis dengan uji t, uji anova dan uji R².

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Uji Deskriptif

Tabel 3. Hasil Uji Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GREEN BANKING	75	48	100	72,51	13,151
CSR	75	61	100	84,89	12,630
UKURAN PERUSAHAAN	75	33	3696	3270,68	534,756
NILAI PERUSAHAAN	75	67	216	103,29	28,270
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) *green banking* adalah sebesar 0.48 atau 48% dengan nilai maksimum (tertinggi) sebesar 1.00 atau 100%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *green banking* berkisaran diantara 0.48 sampai 1.00 dengan nilai rata-rata (mean) 0.72 atau 72% dan nilai standar deviasi sebesar 0.13 atau 13%.

Berdasarkan hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) *corporate social responsibility* adalah sebesar 0.61 atau 61% dengan nilai maksimum (tertinggi) sebesar 1.00 atau 100%. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Pertumbuhan Perusahaan berkisaran diantara 0.61 sampai 1.00 dengan nilai rata-rata (mean) 0.85 atau 85% dan nilai standar deviasi sebesar 0.13 atau 13%.

Berdasarkan hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Ukuran Perusahaan adalah sebesar 33.00 dengan nilai maksimum (tertinggi) sebesar 36.96 terjadi pada Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Ukuran Perusahaan berkisaran diantara 33.00 sampai 36.96 dengan nilai rata-rata (mean) 32.70 dan nilai standar deviasi sebesar 53.47.

Berdasarkan hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) Nilai Perusahaan adalah sebesar 0.67 Sementara itu, nilai maksimum (tertinggi) sebesar 2.16. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan berkisar antara 0.67 hingga 2.16 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 1.03 dan standar deviasi sebesar 0.28.

4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.175 lebih besar dari 0.05. Membuktikan bahwa data berdistribusi normal. Jadi, uji normalitas memiliki dampak signifikan terhadap penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	17,04887274
Most Extreme Differences	Absolute	,116
	Positive	,095
	Negative	-,116
Test Statistic		,116
Asymp. Sig. (2-tailed)		,175 ^c

Sumber: Data diolah (2025)

4.2.2. Uji Multikolinearitas

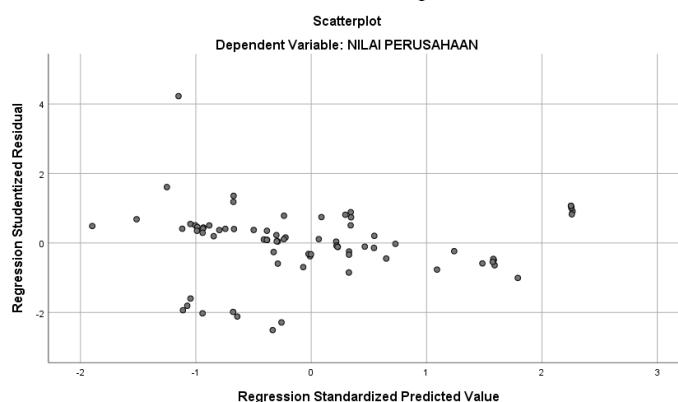
Dari hasil uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, green banking , corporate social responsibility, dan ukuran perusahaan memiliki tolerence $>0,10$ dan nilai VIF <10 , sehingga tidak ada multikolinearitas data.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1 GREEN BANKING	,923	1,083	
CSR	,855	1,170	
UKURAN PERUSAHAAN	,842	1,188	

Sumber: Data diolah (2025)

Tabel 6. Scatterplot



Sumber: Data diolah (2025)

4.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji Scatterplot, data telah membentuk pola menyebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu X dan Y, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3. Hasil Uji Regresi Berganda

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 7 diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{NILAI PERUSAHAAN} = 9,878 + 1,051 \text{ GREEN BANKING} + 0,595 \text{ CSR} + 0,008 \text{ SIZE} + e$$

Adapun berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 9,88% menyatakan bahwa apabila variabel *Green banking*, *Corporate social responsibility*, dan Ukuran Perusahaan bernilai 0 maka Nilai Perusahaan bernilai 9,88%.
- Koefisien regresi *Green banking* sebesar 1,1% dengan nilai positif menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan *Green banking* sebesar 1,1% maka Nilai Perusahaan bertambah sebesar 1,1%.
- Koefisien regresi *Corporate social responsibility* sebesar 59% dengan nilai positif menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan *Corporate social responsibility* sebesar 59% maka Nilai Perusahaan bertambah sebesar 59%.
- Koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebesar 0,8% dengan nilai positif menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan Ukuran Perusahaan sebesar 0,8% maka Nilai Perusahaan berkurang sebesar 0,8%.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	9,878	17,440	,566	,573
	GREEN BANKING	1,051	,160	,590	6,564 ,000
	CSR	,595	,173	,321	3,436 ,001
	UKURAN PERUSAHAAN	,008	,004	,173	1,834 ,071

Sumber: Data diolah (2025)

4.4. Uji Hipotesa

4.4.1. Uji T (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	9,878	17,440	,566	,573
	GREEN BANKING	1,051	,160	,590	6,564 ,000
	CSR	,595	,173	,321	3,436 ,001
	UKURAN PERUSAHAAN	,008	,004	,173	1,834 ,071

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Data diolah (2025)

- Signifikansi *Green banking* $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H0 terima H1 yang berarti *Green banking* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Signifikansi *Corporate social responsibility* sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga tolak H0 terima H1 yang berarti *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- Signifikansi Ukuran Perusahaan sebesar $0,071 > 0,05$ sehingga terima H0 tolak H1 yang berarti Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

4.2.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,686 ^a	,471	,449	17,40533	2,015

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, GREEN BANKING, CSR

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Data diolah (2025)

Pada hasil uji R^2 dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,471. Hal tersebut menggambarkan variasi Green banking, Corporate social responsibility dan Ukuran Perusahaan menjelaskan variasi Nilai Perusahaan sebesar 47,1%, sedangkan sisanya 52,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

4.5. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan green banking pada sektor perbankan konvensional yang terdaftar di BEI periode 2020–2024 berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dalam perspektif manajemen keuangan, hal ini mencerminkan bahwa kebijakan keberlanjutan yang diintegrasikan ke dalam strategi operasional bank mampu meningkatkan persepsi investor terhadap prospek jangka panjang dan stabilitas risiko perusahaan. Praktik green banking dinilai sebagai bentuk pengelolaan risiko non-keuangan yang efektif, khususnya risiko reputasi dan regulasi, sehingga dapat memperkuat posisi perusahaan dalam pasar modal dan meningkatkan valuasi saham (Nurzanah, 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Khan (2021) dan Nurzanah (2022), serta Hilleri et al. (2025) yang membuktikan bahwa green banking berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa corporate social responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan konvensional yang terdaftar di BEI periode 2020–2024. Dalam perspektif manajemen keuangan, program CSR yang dijalankan bank berfungsi sebagai strategi non-keuangan yang mendukung penciptaan nilai jangka panjang. CSR mampu meningkatkan citra perusahaan, memperkuat loyalitas nasabah, dan membangun hubungan sosial yang stabil, sehingga menurunkan risiko reputasi dan memperkuat kepercayaan investor terhadap keberlanjutan bisnis (Sagi, 2022). Kepercayaan ini berkontribusi pada peningkatan valuasi perusahaan di pasar modal. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Siddik et al. (2024) dan Zargar & Yahya (2023) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Demikian pula, Hilleri et al. (2025) menunjukkan bahwa CSR pada perbankan di Indonesia berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui legitimasi dan reputasi yang baik.

Hasil penelitian menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan konvensional yang terdaftar di BEI periode 2020–2024. Dalam perspektif manajemen keuangan, temuan ini menunjukkan bahwa besarnya aset dan luasnya akses pendanaan tidak secara otomatis meningkatkan valuasi pasar. Investor cenderung memprioritaskan indikator kinerja seperti profitabilitas, efisiensi operasional, dan strategi keberlanjutan dalam menilai nilai perusahaan, bukan semata-mata ukuran fisik atau total aset yang dimiliki (Kusumadewi et al., 2023). Hasil ini konsisten dengan penelitian Yulianti et al. (2023) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan. Demikian pula, Kusumadewi et al. (2023) menemukan bahwa ukuran perusahaan bahkan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar tidak selalu efisien dalam mengelola sumber daya.

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat menghasilkan kesimpulan, yaitu *Green banking* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2024. *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2024. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2024.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Perusahaan perbankan konvensional yang tercatat di Bursa Efek Indonesia disarankan untuk memperkuat implementasi *green banking* melalui inovasi layanan ramah lingkungan dan pengembangan program *corporate social responsibility* (CSR) yang relevan dengan kebutuhan masyarakat guna meningkatkan legitimasi dan citra positif perusahaan. Bagi investor, penting untuk terus menekankan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial yang terbukti berdampak positif terhadap nilai perusahaan, sehingga keputusan investasi menjadi lebih tepat, berkelanjutan, dan minim risiko. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel independen tambahan seperti profitabilitas, *leverage*, likuiditas, struktur kepemilikan, dan kualitas tata kelola perusahaan, serta memperluas cakupan sampel ke sektor industri lain atau memperpanjang periode observasi agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika nilai perusahaan dalam berbagai kondisi ekonomi dan kelembagaan.

Daftar Pustaka

Hilleri, A. A., Taufik, Taufeni, & Nurulita, S. (2025). *Pengaruh Green Banking, Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Pada Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2021-2023*. 5(3).

Khan, H. Z., Bose, S., Mollik, A. T., & Harun, H. (2021). “Green Washing” Or “Authentic Effort”? An Empirical Investigation Of The Quality Of Sustainability Reporting By Banks. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 34(3), 706–737. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-01-2018-3330>

Kusumadewi, N. L. G. L., Paramitadewi, H. D. S. L., & Madyakusumawati, S. (2023). Green Banking, Kepemilikan Asing, Profitabilitas, Firm Size, Pengaruhnya Terhadap Firm Value. *Ejournal Atmajaya*, 15(2), 373–394. <https://doi.org/10.25170/wpm.v15i2.5042>

Nugrahini, E. W. (2024). *Pengaruh Penerapan Green Banking, Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan*. September, 383–395.

Romli, R., & Zaputra, A. R. R. (2021). Pengaruh Implementasi Green Banking, Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis* <https://journal.unjani.ac.id/index.php/portofolio/article/view/214>

Siddik, A. B., Yong, L., & Sharif, A. (2024). Do sustainable Banking Practices Enhance The Sustainability Performance of Banking Institutions? *International Journal of Bank Marketing*, 42(2). <https://doi.org/10.1108/ijbm-02-2023-0109>

Yulianti, Y., Husadha, C., Rossa, E., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Tata Kelola Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2022. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), 1491–1507. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i3.2427>

Zargar, P., & Yahya, A. A. (2023). Achieving Corporate Sustainability Through Green Human Resource Management: The Role of CSR In The Banking Industry. *Sustainability*, 15(14). <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/14/10834>