

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Brigham & Houston (2019) sinyal merupakan tindakan yang dilakukan seorang manajemen perusahaan, dalam tujuan memberi petunjuk untuk pelaku investor tentang bagaimana prospek tersebut dipandang melalui manajemen suatu perusahaan. Sinyal ini dapat diartikan sebuah isyarat atau informasi yang diberikan perusahaan kepada pihak luar. Dalam teori sinyal informasi tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Dimana calon investor ataupun investor, akan merespon atas informasi yang diterima dari perusahaan sebagai bentuk sinyal terkait kondisi perusahaan. Jika informasi tersebut dianggap sebagai sinyal baik maka akan meningkatkan daya tarik investor untuk melakukan investasi.

Sinyal yang diberikan perusahaan berupa informasi seperti laporan keuangan tahunan untuk memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin. laporan tahunan perusahaan menyatakan bahwa teori sinyal merupakan dasar bagi kesediaan perusahaan untuk mengungkapkan informasi secara sukarela (Prihayu & Fitria, 2023). Sinyal tersebut merupakan rincian mengenai langkah-langkah yang diambil manajemen untuk memenuhi keinginan investor. Semakin meningkat tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan maka semakin meningkatkan

nilai perusahaan di mata masyarakat, dan ini pun akan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan, sehingga tercipta keberlanjutan perusahaan (Setiawanta & Hakim, 2019).

Penjelasan teori sinyal diatas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang menyampaikan informasi internal perusahaan, khususnya terkait aktivitas perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan untuk menarik investor, membangun reputasi yang baik, dan secara bersamaan meningkatkan nilai perusahaan. Keterbukaan dalam pengungkapan lingkungan menghasilkan laporan yang dapat di percaya, dari laporan tersebut mampu memberikan sinyal positif kepada pihak investor karena terkesan dengan perusahaan yang mengungkapkan tentang pembangunan keberlanjutan (Agustina, 2019).

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menyatakan bahwa agar sebuah entitas atau perusahaan dapat beroperasi secara berkelanjutan, aktivitasnya harus sejalan dengan sistem nilai dan norma sosial yang berlaku di masyarakat, serta memperoleh penerimaan dari pihak luar. Teori ini menekankan adanya kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Kelangsungan operasi perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya memperoleh legitimasi, yaitu pengakuan bahwa tindakan dan kinerjanya sesuai dengan ekspektasi sosial (Putri 2025).

Perusahaan mendorong perusahaan untuk terus meyakinkan publik bahwa operasinya memenuhi standar sosial yang dapat diterima. Ketika

terjadi kesenjangan legitimasi (*legitimacy gap*), dimana ada ketidaksesuaian antara aksi perusahaan dan harapan masyarakat, perusahaan berisiko kehilangan dukungan, kepercayaan, dan reputasi, yang pada akhirnya dapat merugikan nilai perusahaan. Oleh karena itu, salah satu upaya strategis yang dilakukan perusahaan untuk menjaga atau memulihkan legitimasi ini adalah melalui pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Aljein Maya Rini, 2025).

3. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan salah satu faktor penting yang menunjukkan efektifitas dan efisien suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuannya. Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI, 2007), kinerja dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan kebijakan dan prosedur perusahaan yang merupakan kuantifikasi dan efektifitas dalam mengoperasikan bisnis selama periode akuntansi tertentu kinerja perusahaan dapat diukur dengan menganalisa dan mengevaluasi laporan keuangan (Royhan Azwar & Nurleli, 2024).

Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Kinerja bank merupakan ukuran keberhasilan bagi direksi bank sehingga apabila kinerja bank buruk maka tidak mungkin para direksi akan diganti. Kinerja keuangan yang baik menunjukkan kemampuan

perusahaan dalam memenuhi kewajiban ekonominya kepada investor, membayar upah layak kepada karyawan, dan memberikan kontribusi ekonomi kepada masyarakat. Sebaliknya, kinerja keuangan yang buruk dapat menimbulkan keraguan terhadap kemampuan perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Luthan et al., 2018).

Bagi industri perbankan, kinerja keuangan yang diukur melalui rasio-rasio keuangan, bukan sekadar ukuran profitabilitas, tetapi juga sinyal stabilitas dan keberlanjutan bisnis (Widyaningsih & Sampurno, 2022). Bank dengan kinerja keuangan kuat dianggap lebih mampu mendukung kegiatan sosial dan lingkungan, seperti program literasi keuangan, pembiayaan hijau, serta bantuan UMKM. Dalam hal ini, kinerja keuangan yang baik menjadi fondasi untuk membangun dan memperkuat reputasi korporasi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai pasar perusahaan (Julialevi & Ramadhanti, 2021).

Dalam meta-analisis memprediksi tekanan keuangan serta berpendapat mengenai pentingnya rasio keuangan, yaitu rasio profitabilitas, rasio likuiditas, rasio solvabilitas dan efisiensi operasional dalam mengukur nilai perusahaan. Namun dari beberapa rasio keuangan yang ada pada penelitian ini, peneliti menggunakan rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA), rasio solvabilitas yang diukur dengan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan rasio likuiditas yang diukur dengan *Loan to Deposit Ratio* (LDR).

a. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memperoleh laba (Kashmir 2012). Rasio ini juga berfungsi sebagai indikator kinerja manajemen dan sejauh mana efektivitas operasional perusahaan terjaga. Pengukuran profitabilitas menjadi tolok ukur kesuksesan perusahaan dalam memanfaatkan asetnya secara produktif. Rentabilitas suatu perusahaan dapat ditentukan dengan membandingkan laba yang dihasilkan selama periode tertentu dengan total aset atau total modal perusahaan (Maulana et al., 2024).

Pada penelitian ini, berfokus pada *Return on Assets* (ROA) yang akan digunakan karena rasio *Return on Assets* (ROA) dalam perbankan merupakan penggerak utama pendapatan sehingga nilai *Return on Assets* (ROA) yang tinggi menjadi indikator kuat kesehatan finansial dan produktivitas aset bank. *Return on Assets* (ROA) yang baik berfungsi sebagai sinyal positif kepada investor, mengindikasikan bahwa manajemen bank mampu mengelola risiko dan operasional dengan baik. Sinyal positif ini diharapkan dapat meningkatkan persepsi pasar dan pada akhirnya, meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan menjadikannya proksi yang esensial dalam menghubungkan kinerja operasional bank dengan valuasinya di pasar modal (Sari, 2017).

b. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas merupakan rasio keuangan yang mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjang suatu perusahaan untuk melunasi seluruh kewajibannya kepada pihak luar. Rasio ini secara spesifik berfokus pada struktur permodalan perusahaan, menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang didanai melalui utang dibandingkan dengan modal sendiri. Bagi kreditor dan investor, rasio solvabilitas merupakan indikator kritis terhadap tingkat risiko keuangan yang ditanggung perusahaan; semakin tinggi proporsi utang, semakin besar risiko gagal bayar yang mungkin dihadapi perusahaan di masa depan (Qotimah & Kalangi, 2023).

Pada penelitian ini, berfokus pada *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang digunakan karena rasio *Capital Adequacy Ratio* (CAR) memastikan bank memiliki penyangga modal yang memadai agar dana nasabah tetap aman dan bank dapat menyerap kerugian operasional atau kerugian kredit tanpa jatuh ke dalam kondisi insolvensi. *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang tinggi menunjukkan bank memiliki struktur permodalan yang kuat, mencerminkan stabilitas dan kredibilitas di mata pasar.

c. Rasio Likuiditas

Rasio likuliditas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Rasio likuliditas mengukur kemampuan likuliditas jangka pendek perusahaan dengan melihat

aktiva lancar perusahaan relatif terhadap hutang lancar. Menurut Hermanto (2009) mengetahui penyebab ukuran likuliditas penting untuk menganalisis suatu perusahaan. Jika perusahaan gagal untuk memenuhi kewajiban lancar, maka kelangsungan usahanya akan dipertanyakan. Ketika nilai rasio likuliditas tinggi maka perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sebaliknya jika nilai likulidasinya rendah maka menandakan perusahaan tidak sanggup untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya sehingga dapat menurunkan stabilitas dan nilai perusahaan.

Pada penelitian ini, berfokus pada *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yang digunakan karena rasio *Loan to Deposit Ratio* (LDR) mampu menggambarkan sejauh mana bank menjalankan fungsi utamanya menghimpun dana masyarakat (DPK) dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit. Rasio ini menunjukkan efektivitas bank dalam mengelola sumber dan penggunaan dana, sehingga menjadi indikator utama kesehatan likuiditas. Semakin tepat bank menyeimbangkan dua aktivitas ini, semakin baik stabilitas dan kinerja bank tersebut.

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam menjalankan kegiatan oprasionalnya, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab meningkatkan eksistensi dan laba perusahaan namun juga bertanggung jawab pada lingkungan masyarakat sekitar. Tidak sedikit perusahaan yang memiliki dampak oprasional langsung terhadap masyarakat, terutama perusahaan perbankan. Oleh karena itu,

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat penting. Menurut Nurfadillah et al., (2022) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela untuk meningkatkan perhatiannya terhadap masalah lingkungan dan sosial serta komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk akuntabilitas perusahaan terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnisnya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan sekadar kegiatan filantropi, tetapi wujud tanggung jawab moral dan strategis dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang transparan dan komprehensif, perusahaan berusaha memenuhi ekspektasi *stakeholder* yang menuntut etika, transparansi, dan keberlanjutan dalam aktivitas bisnis (Royhan Azwar & Nurleli, 2024).

Bagi industri perbankan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki makna yang lebih mendalam. Bank beroperasi dengan mengandalkan kepercayaan publik, sehingga reputasi dan persepsi masyarakat sangat menentukan keberlangsungan bisnisnya. Oleh karena itu, bank sering menggunakan laporan

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai sarana komunikasi untuk menunjukkan kepatuhan terhadap regulasi, dukungan terhadap pembangunan berkelanjutan (SDGs), serta keterlibatan dalam program sosial seperti literasi keuangan, pemberdayaan masyarakat, dan pelestarian lingkungan (Awa et al., 2024).

5. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Investor yang menilai perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa depan akan cenderung membeli saham perusahaan tersebut. Akibatnya permintaan saham yang tinggi menyebabkan harga saham meningkat. Sehingga harga saham yang meningkat menunjukkan bahwa investor memberikan nilai yang tinggi terhadap perusahaan (Octoviany, 2020).

Wetson dan Copeland (2008) menjelaskan bahwa untuk mengukur nilai perusahaan digunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian menjadi ukuran kinerja yang dianggap paling menyeluruh untuk suatu perusahaan dengan alasan penilaian ini sudah menunjukkan bagaimana pengaruh gabungan antara rasio hasil pengembalian dengan risiko.

Dalam sektor perbankan nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti profitabilitas, likuiditas, kecukupan modal, serta kualitas pengungkapan informasi, baik keuangan maupun non-

keuangan. Bank dengan *Return on Assets* (ROA) tinggi, likuiditas terkelola dengan baik melalui *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yang ideal, serta kecukupan modal melalui *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang kuat, biasanya dipandang lebih mampu menghadapi risiko dan menjaga kesinambungan usahanya (Wangarry et al., 2023). Faktor-faktor tersebut memberikan sinyal positif bagi investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Selain faktor keuangan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin memainkan peran penting dalam pembentukan nilai perusahaan perbankan. Dalam era transparansi dan keberlanjutan, investor menilai bahwa bank yang menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial memiliki risiko reputasi yang lebih rendah dan prospek jangka panjang yang lebih baik (Silvia & Wijaya, 2025). Hal ini membuat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan kepercayaan pasar dan memperkuat nilai perusahaan.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan peneliti, tentang Pengaruh Kinerja Keuangan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Perbankan antara lain:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul Peneltian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Berbasiskan Karakteristik <i>Social Bank</i> terhadap Kinerja Perusahaaa Perbankan di Bursa Efek Indonesia (Putranto & Kewal, 2017)	X: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Berbasis Karakteristik <i>Social Bank</i> Y: Kinerja Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berbasis karakteristik <i>Social Bank</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) yang sesuai karakteristik bank sosial (mengedepankan <i>people & planet</i>) meningkatkan reputasi dan efisiensi, sehingga kinerja naik.
2	Pengaruh Kinerja Keuangan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank yang terdaftar di Bursa Efek Periode 2011-2015 (Sari, 2017)	X1: Kinerja Keuangan X2: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Y: Nilai Perusahaan	Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan menyimpulkan bahwa dari empat indikator Kinerja Keuangan yang diuji (ROA, CAR, NPL, dan LDR), hanya <i>Return on Asset</i> (ROA) yang terbukti memiliki hubungan positif yang kuat dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik

			pengungkapan dan pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Nilai Perusahaan cenderung meningkat. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh positif tersebut tidak signifikan. Hal ini bisa disebabkan karena pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada bank yang diteliti masih dalam bentuk yang relatif sederhana atau belum mendapat respons yang baik dari masyarakat sekitar.
3	Pengaruh Kinerja Keuangan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Nurfadillah et al., 2022)	X1: Kinerja Keuangan X2: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Y: Nilai Perusahaan	Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Mayoritas penelitian menemukan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di perbankan tidak selalu signifikan, tetapi arah hubungan tetap positif karena pasar modal lebih fokus pada profitabilitas dan efisiensi bank.

4	<i>Triple Bottom Line dan Nilai Perusahaan, Gross Profit Margin sebagai Indikator Ekonomi (Latifah, 2021)</i>	X: <i>Triple Bottom Line (People, Planet, Profit)</i> Y: Nilai Perusahaan Z: <i>Gross Profit Margin</i> (Indikator ekonomi)	<i>Triple Bottom Line (People, Planet, Profit)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara <i>Gross Profit Margin</i> memperkuat hubungan tersebut.
5	<i>Corporate Social Responsibility (CSR) and Firm Value: Study of Corporate Social Responsibility (CSR Performance Measurement (Helmy Aulia Rachman et al., 2024)</i>	X: <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Performance Measurement</i> Y: <i>Firm Value</i>	Pengukuran kinerja <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin transparan dan terukur <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> , semakin tinggi persepsi investor.
6	<i>Pengaruh Triple Bottom Line : Profit, People, Planet Terhadap Nilai Perusahaan Pada Era Pandemi Covid-19 (Teguh Leksono & Hasan, 2022)</i>	X: <i>Triple Bottom Line (Profit, People, Planet)</i> Y: Nilai Perusahaan	Tiga elemen <i>Triple Bottom Line (TBL)</i> secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perbankan, terutama aspek profit selama pandemi. Bank yang memperhatikan aspek sosial (<i>People</i>) dan lingkungan (<i>Planet</i>) dianggap lebih bertanggung jawab dan tahan krisis, sehingga investor lebih percaya nilai perusahaan meningkat.
7	<i>Dampak Impelementasi Corporate Social</i>	X: <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Syariah Berbasis

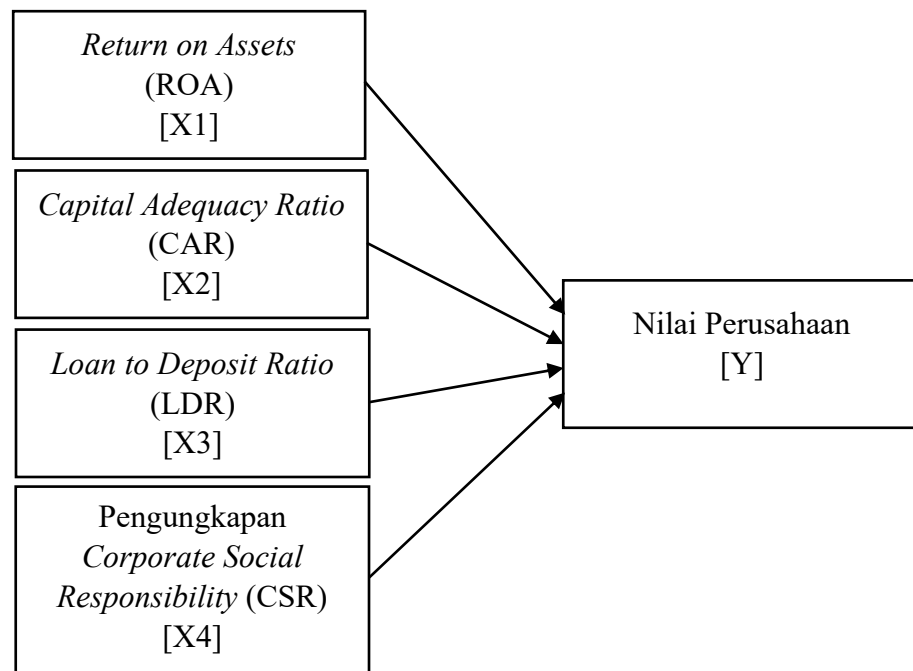
	<i>Responsibility (CSR) Syariah dengan Basis Triple Bottom Line terhadap Citra dan Nilai PT. Bank Muamalat Cabang Makassar (Qodrayati, 2018)</i>	(CSR) Syariah berbasis <i>Triple Bottom Line (TBL)</i> Y1: Citra Perusahaan Y2: Nilai Perusahaan	<i>Triple Bottom Line (TBL) Citra dan Nilai Perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) Syariah menekankan: keadilan, transparansi, Keberlanjutan yang sangat dihargai oleh nasabah bank syariah. Citra meningkat nilai perusahaan ikut naik.</i>
8	Penerapan <i>Triple Bottom Line</i> Pada PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (Fara Brygita Ramadhani & Cholis Hidayati, 2024)	X: Penerapan <i>Triple Bottom Line (TBL) (People, Planet, Profit)</i> Y: Kinerja Keberlanjutan	Penerapan <i>Triple Bottom Line (TBL) (People, Planet, Profit)</i> berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Implementasi TBL meningkatkan konsistensi program keberlanjutan dan memperkuat performa jangka panjang bank.
9	Pengaruh Implementasi <i>Green Banking, Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI (Romli & Reza Zaputra, 2022)	X1: <i>Green Banking</i> X2: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Y: Nilai Perusahaan	Pengaruh <i>Green Banking</i> terhadap Nilai Perusahaan berpengaruh positif sedangkan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh positif namun cenderung moderat. <i>Green Banking</i> menunjukkan efisiensi energi dan pengelolaan risiko lingkungan → investor sangat menghargai hal ini. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>

			tetap positif tetapi pengaruhnya tidak sebesar variabel keuangan dan lingkungan.
10	Pengaruh ROA, LDR, Ukuran Perusahaan, CAR, NPL terhadap Return Saham pada Perusahaan Perbankan di BEI (Pradnyawati et al., 2023)	X1: ROA X2: LDR X3: Ukuran Perusahaan X4: NPL Y: Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ROA, LDR, dan CAR berpengaruh positif terhadap return saham sedangkan variabel ukuran perusahaan dan NPL tidak berpengaruh positif terhadap return saham. Adapun keterbatasan penelitian ini yaitu Penelitian ini menggunakan variabel ROA, LDR, Ukuran Perusahaan, CAR dan NPL untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap Return Saham pada perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI dan menggunakan tahun penelitian selama tiga tahun. Kemudian Nilai dari koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,560. Hal ini menunjukkan bahwa Return Saham dipengaruhi oleh ROA, LDR, ukuran perusahaan, CAR dan NPL sebesar 56,0%, sedangkan

			sisanya sebesar 44,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
--	--	--	--

C. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, dapat dirumuskan kerangka konseptual penelitian seperti gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang masalah, tinjauan pustaka dan studi relevan, dapat dirumuskan kerangka pemikiran yang disajikan dalam gambar 1, dimana terdapat empat variabel independen, yaitu *Return on Assets* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR), *Loan to Deposit Ratio*

(LDR) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR), berpengaruh terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan.

D. Hipotesis

1. Pengaruh *Return on Assets* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Return on Assets (ROA) mencerminkan kemampuan bank menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Semakin tinggi *Return on Assets* (ROA), semakin efektif bank dalam memanfaatkan aset untuk menciptakan keuntungan. Profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor bahwa bank memiliki prospek keuangan yang baik, sehingga meningkatkan minat investasi dan pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan (Anugrah et al., 2023). Investor pada umumnya menganggap *Return on Assets* (ROA) sebagai indikator utama kinerja manajemen dalam mengelola aset.

Dalam pandangan Teori Sinyal (*Signaling Theory*), *Return on Assets* (ROA) yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor bahwa bank mampu mengelola aset secara efisien untuk menghasilkan laba. Sinyal positif ini meningkatkan kepercayaan investor sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan (Wahab & Syam, 2022).

Penelitian sebelumnya Ade et al., (2023) menemukan bahwa *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI, karena *Return on Assets* (ROA) yang baik mendorong kenaikan harga saham melalui persepsi investor yang lebih optimis. Selain itu, analisis regresi berganda pada

bank periode 2016-2020 menunjukkan *Return on Assets* (ROA) secara parsial meningkatkan *firm value* melalui profitabilitas yang kuat. Adapun hipotesis yang dapat diambil sebagai berikut:

H₁: *Return On Assets* (ROA) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Nilai Perusahaan Perbankan.

2. Pengaruh *Capital Adequacy Ratio* (CAR) terhadap Nilai Perusahaan

Capital Adequacy Ratio (CAR) menunjukkan tingkat kecukupan modal bank sebagai buffer terhadap risiko kredit dan operasional. Tingkat *Capital Adequacy Ratio* (CAR) yang memadai menandakan stabilitas dan ketahanan finansial yang dapat meminimalkan risiko kebangkrutan. Dalam perspektif Teori Sinyal (*Signalling Theory*), *Capital Adequacy Ratio* (CAR) tinggi mengirimkan pesan positif kepada pasar bahwa bank mampu menghadapi guncangan ekonomi, sehingga investor memberi nilai yang lebih tinggi pada perusahaan tersebut (Julialevi & Ramadhanti, 2021).

Penelitian oleh Pradnyawati et al., (2023) membuktikan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh positif meski tidak selalu signifikan parsial terhadap nilai perusahaan perbankan, didukung studi Dzulfian Syafrian (2025) yang menunjukkan *Capital Adequacy Ratio* (CAR) kuat meningkatkan kemampuan menanggung risiko kredit. Di sektor perbankan, *Capital Adequacy Ratio* (CAR) vital untuk regulasi dan persepsi investor. Adapun hipotesis yang dapat diambil sebagai berikut:

H₂: *Capital Adequacy Ratio* (CAR) Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan Perbankan.

3. Pengaruh *Loan to Deposit* (LDR) terhadap Nilai Perusahaan

Loan to Deposit Ratio (LDR) menggambarkan kemampuan bank menyalurkan dana pihak ketiga menjadi kredit produktif. *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yang optimal menunjukkan efektivitas bank dalam fungsi intermediasi. Ketika *Loan to Deposit Ratio* (LDR) tinggi namun masih dalam batas aman, bank dinilai mampu menyalurkan kredit secara produktif sehingga meningkatkan pendapatan bunga dan profitabilitas. Hal ini memberi sinyal positif kepada investor bahwa bank memiliki kemampuan ekspansi dan pertumbuhan laba, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Namun, *Loan to Deposit Ratio* (LDR) yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko likuiditas, sehingga pengaruhnya perlu dianalisis secara empiris (Widyaningsih & Sampurno, 2022)

Studi oleh (Saifun, 2019) menemukan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) berpengaruh positif signifikan terhadap PBV pada bank *go public*, meski secara simultan berkontribusi pada nilai perusahaan, sementara studi Yanindha Sari (2018) mengonfirmasi pengaruh positif melalui peningkatan aktivitas kredit karena rasio ini mencerminkan aktivitas inti perbankan yang vital bagi pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. Adapun hipotesis yang dapat diambil sebagai berikut:

H₃: *Loan to Deposit* (LDR) Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan Perbankan.

4. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Freeman & McVea (2005), tanggung jawab sosial merupakan bagian dari kewajiban moral perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan, yang dapat meningkatkan reputasi dan legitimasi.

Berdasarkan Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*), *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan perusahaan untuk memperoleh, mempertahankan, atau memulihkan legitimasi sosial. Semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), semakin meningkat kepercayaan publik dan reputasi perusahaan, sehingga menaikkan nilai perusahaan (Hayat, 2025)

Penelitian Putri (2024) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) disclosure memiliki pengaruh positif terhadap citra dan persepsi investor. Namun, penelitian Erawati & Cahyaningrum (2021) menunjukkan hasil berbeda, di mana pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan. Adapun hipotesis yang dapat diambil sebagai berikut:

H₄: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan Perbankan.