

## BAB II

### LANDASAN TEORI KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1 *Teori Resource-Based View (RBV)*

Teori *resource-based view (RBV)* yang pertama kali dikemukakan oleh Penrose (1959) dalam Yoo *et al.*, (2024) menyatakan bahwa pertumbuhan dan perkembangan perusahaan dipengaruhi sekaligus dibatasi oleh keberadaan sumber daya yang bersifat heterogen. Inti dari pendekatan ini terletak pada pengakuan bahwa perusahaan memiliki atau mengendalikan sumber daya yang berbeda-beda, yang oleh sebagian pakar disebut sebagai sumber daya strategis.

Menurut Wernerfelt (1984) dalam Karmilah *et al.*, (2024), teori *resource-based view (RBV)* menjelaskan bahwa memiliki, mengelola, dan memanfaatkan sumber daya strategis memungkinkan perusahaan untuk mengungguli persaingan dan meningkatkan hasil keuangan mereka. Sumber daya strategis yang berada di bawah kepemilikan dan kendali perusahaan ini mencakup sumber daya yang berwujud dan tidak berwujud, seperti aset, keahlian individu, pengetahuan teknologi, prosedur organisasi, dan data atau ciri-ciri yang berkaitan dengan pelaksanaan strategi perusahaan dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

Barney (1991) dalam Sun *et al.*, (2024) menyatakan bahwa agar suatu sumber daya mampu memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi perusahaan, maka sumber daya tersebut perlu memenuhi empat kriteria utama, yaitu:

1. Nilai (*Value*)

Sumber daya harus bernilai, yaitu mampu dimanfaatkan perusahaan untuk meraih peluang atau mengatasi ancaman yang ada di lingkungannya.

2. Kelangkaan (*Rarity*)

Sumber daya harus bersifat langka, artinya tidak dimiliki secara luas oleh para pesaing.

3. Tidak Dapat Ditiru (*Inimitability*)

Sumber daya harus sulit untuk ditiru, baik karena terbentuk dari kondisi historis yang khas, hubungan sebab-akibat yang tidak jelas, maupun kompleksitas sosial yang sulit direplikasi.

4. Tidak Dapat Digantikan (*Non-substitutability*)

Sumber daya tersebut tidak boleh memiliki pengganti strategis yang mudah ditemukan dan mudah diakses oleh pihak lain.

Sejalan dengan Barney (1991) yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan bergantung pada kepemilikan dan pengelolaan sumber daya yang unik dan sulit ditiru (*VRIN*), inovasi digital dapat dipandang sebagai sumber daya strategis yang tak berwujud. Ketika dikelola secara optimal, inovasi digital berpotensi meningkatkan efisiensi, pelayanan, dan keunggulan kompetitif bank. Dengan demikian, berdasarkan teori *RBV*, inovasi digital menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

## 2.2 Nilai Perusahaan

Berdasarkan Gunardi *et.al.*, (2022) dalam Damayanti *et.al.*, (2024) nilai perusahaan merupakan nilai yang bergantung pada operasi logisnya, yang memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat umum. Berdasarkan pertimbangannya juga yang dapat dibayar oleh pelanggan, nilai perusahaan dikatakan sebagai harga jualnya.

Hery (2017:5) dalam Aristia *et.al.*, (2024) menjelaskan bahwa nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang telah dicapai oleh suatu bisnis sebagai bukti kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui sejumlah aktivitas selama beberapa tahun, mulai dari awal berdirinya perusahaan hingga saat ini.

Menurut Silvia Indrarini (2019:2) dalam Setyarini *et al.*, (2023) mendefinisikan bahwa nilai perusahaan dapat diartikan sebagai pandangan atau penilaian dari para investor terhadap sejauh mana manajemen perusahaan berhasil dalam menjalankan tanggung jawabnya dalam mengelola sumber daya yang telah dipercayakan kepadanya. Penilaian ini biasanya tercermin melalui indikator keuangan seperti harga saham, yang mencerminkan ekspektasi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa mendatang.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan diatas, nilai perusahaan merupakan cerminan keberhasilan dalam menjalankan operasional secara logis dan bertanggung jawab, yang membangun kepercayaan publik dan investor. Nilai ini terbentuk dari perjalanan bisnis sejak awal berdiri hingga saat ini, serta menggambarkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya yang

dipercayakan. Umumnya, hal ini tercermin melalui indikator keuangan seperti harga saham, yang mencerminkan ekspektasi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan.

Pada penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan empat indikator sebagai berikut:

### 2.2.1 *Price to Book Value (PBV)*

*Price to Book Value (PBV)* mengukur perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham. Semakin tinggi *PBV*, menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian lebih terhadap nilai buku perusahaan, yang dapat menunjukkan kepercayaan terhadap potensi pertumbuhan.

Rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

Sumber: (Zhang *et.al.*, 2025)

### 2.2.2 *Price to Earnings Ratio (PER)*

*Price to Earnings Ratio (PER)* menunjukkan perbandingan antara harga saham dengan laba bersih per saham. *PER* mencerminkan ekspektasi investor terhadap kemampuan perusahaan menghasilkan laba di masa depan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh tingkat risiko dan stabilitas pendapatan.

Rumus:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba per Saham (EPS)}}$$

Sumber: (Schrieck *et.al.*, 2024)

### 2.2.3 Earnings per Share (EPS)

*Earnings per Share (EPS)* menunjukkan laba bersih yang diperoleh perusahaan yang tersedia bagi setiap lembar saham biasa yang beredar. *EPS* merupakan indikator profitabilitas penting yang menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba. *EPS* yang tinggi menunjukkan kinerja keuangan yang baik dan menjadi sinyal positif bagi investor mengenai potensi laba di masa depan.

Rumus:

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih} - \text{Dividen Preferen}}{\text{Jumlah Saham Biasa Beredar}}$$

Keterangan:

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah bank BUMN yang tidak menerbitkan saham preferen. Oleh karena itu, dividen preferen diasumsikan bernilai nol, sehingga perhitungan *EPS* menggunakan laba bersih penuh.

Sumber: (Miranda *et.al.*, 2022)

#### 2.2.4 Tobin's Q

Tobin's Q adalah rasio antara nilai pasar aset perusahaan dengan nilai pengganti atau biaya perolehan aset tersebut. Rasio >1 menunjukkan bahwa pasar menghargai perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya, mencerminkan kepercayaan terhadap prospek masa depan.

Rumus:

$$Tobin's\ Q = \frac{Nilai\ Pasar\ Saham + Nilai\ Buku\ Total\ Utang}{Nilai\ Buku\ Total\ Aset}$$

Sumber: (Li *et.al.*, 2024)

Keempat indikator nilai perusahaan ini digunakan dalam penelitian karena mewakili berbagai aspek dari nilai perusahaan, yaitu valuasi aset (PBV), ekspektasi laba (PER), profitabilitas (EPS), dan persepsi pasar secara menyeluruh (Tobin's Q)

### 2.3 Inovasi Digital

Menurut Swanson (1994) yang mengacu pada gagasan Schumpeter (1934), inovasi digital merupakan penerapan kombinasi baru antara elemen digital dan fisik, guna menciptakan produk yang berbeda atau baru. Konsep ini secara khusus menitikberatkan pada inovasi dalam produk, yang membedakannya dari kajian inovasi teknologi informasi sebelumnya yang lebih banyak membahas inovasi proses. Salah satu prasyarat penting, meski belum cukup untuk terwujudnya inovasi digital adalah digitalisasi, yaitu proses mengubah informasi analog menjadi format

digital. Proses ini memungkinkan produk fisik memiliki sifat-sifat seperti dapat diprogram, dikenali, diinterpretasikan, dikomunikasikan, disimpan, dilacak, serta dikaitkan secara digital (yoo *et.al.*, 2010 dalam Goebeler *et al.*, 2024)

Menurut Khin (2018) dalam Fauziah *et.al.*, (2020) menjelaskan bahwa inovasi digital merupakan proses pengembangan produk, layanan, atau solusi baru melalui pemanfaatan teknologi digital. Inovasi ini juga dipahami sebagai solusi digital yang bersifat inovatif, yang mampu membawa perubahan pada produk, layanan, maupun model bisnis dari suatu organisasi.

Inovasi digital dapat diartikan sebagai suatu proses penciptaan maupun pengembangan produk, layanan, proses bisnis, atau model bisnis yang didorong oleh pemanfaatan teknologi digital. Seiring pesatnya perkembangan teknologi, hampir seluruh sektor industri mengalami perubahan signifikan dalam struktur dan cara kerjanya. Perubahan tersebut tidak terlepas dari peran penting inovasi digital yang menjadi penggerak utama dalam mendorong transformasi organisasi dan ekonomi secara menyeluruh (Nambisan *et.al.*, 2017 dalam Bogers *et al.*, 2022).

Berdasarkan pengertian diatas, inovasi digital dapat disimpulkan sebagai proses penciptaan dan pengembangan produk, layanan, atau model bisnis baru dengan memanfaatkan teknologi digital yang menggabungkan unsur fisik dan digital, serta mendorong perubahan signifikan dalam struktur organisasi dan cara kerja perusahaan.

Nuraini *et.al.*, (2022), inovasi digital dalam konteks perbankan merujuk pada penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas layanan keuangan dan

efisiensi operasional bank. POJK Nomor 12/POJK.03/2018 juga menjelaskan bahwa inovasi digital mencakup penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara menyeluruh dalam kegiatan perbankan, baik dari sisi operasional internal maupun distribusi layanan kepada nasabah. Inovasi digital diukur berdasarkan jumlah distribusi *channel* digital yang dimiliki dan dilaporkan oleh masing-masing bank dalam laporan tahunannya. Distribusi *channel* digital yang digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini merujuk pada 10 channel utama, yaitu:

1. ATM (*Automated Teller Machine*)

ATM merupakan perangkat elektronik yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi dasar seperti tarik tunai, cek saldo, dan *transfer* antar rekening. Mesin ini menjadi kanal fisik pertama dalam inovasi digital di sektor perbankan.

2. CDM (*Cash Deposit Machine*)

CDM merupakan mesin setor tunai otomatis yang memungkinkan nasabah menyetorkan uang tanpa perlu melalui *teller bank*. Kehadiran CDM mendukung efisiensi operasional dan waktu layanan.

3. EDC (*Electronic Data Capture*)

EDC merupakan alat yang digunakan untuk menerima pembayaran dengan kartu debit atau kredit. EDC memperluas jangkauan transaksi bank ke sektor *retail* dan *merchant*.

#### 4. *SMS Banking*

*SMS banking* adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah mengakses informasi rekening atau melakukan transaksi dasar melalui pesan singkat dari ponsel.

#### 5. *Phone Banking*

*Phone banking* yaitu saluran layanan nasabah berbasis suara, di mana nasabah dapat memperoleh informasi rekening atau melakukan transaksi melalui sambungan telepon.

#### 6. *Internet Banking*

Internet banking memungkinkan nasabah memperoleh informasi, komunikasi, dan transaksi secara daring tanpa perlu ke kantor cabang. Layanan ini dapat bersifat informasi, komunikasi, maupun transaksi.

#### 7. *Mobile Banking*

*Mobile banking* yaitu layanan perbankan yang diakses melalui aplikasi ponsel pintar. *Mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan *transfer* dana, cek saldo, membayar tagihan, hingga membeli pulsa secara praktis dan aman.

#### 8. *E-Money*

*E-Money* merupakan uang elektronik yang disimpan secara digital dan digunakan untuk transaksi kecil seperti transportasi publik, *ritel*, atau *e-commerce*.

### 9. *E-Payment*

*E-Payment* yaitu sistem pembayaran digital yang digunakan untuk bertransaksi secara *online*, termasuk tagihan, pembelian, hingga *marketplace integration*

### 10. *Bank Branch*

*Bank branch* merupakan cabang bank yang dilengkapi teknologi digital seperti mesin antrian otomatis, *self-service machine*, dan *teller video conference*. Kehadiran bank branch ini menciptakan pengalaman nasabah yang lebih modern dan efisien.

Setiap *channel* diberi skor 1 apabila *channel* tersebut tersedia atau digunakan dalam suatu bank pada tahun tertentu, dan 0 jika tidak tersedia. Skor dari seluruh *channel* kemudian dijumlahkan untuk menghasilkan nilai total inovasi digital pada masing-masing observasi (per bank per tahun), dengan rentang nilai antara 0 hingga 10. Adapun indeksnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Indeks} = \frac{\text{Skor Fasilitas yang Dimiliki Bank}}{\text{Skor Maksimal}}$$

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini disusun dengan merujuk pada sejumlah studi sebelumnya yang telah dilakukan sebagai dasar perbandingan, bahan kajian, serta referensi teoritis. Sejumlah penelitian terdahulu membahas topik terkait inovasi digital dan nilai perusahaan, meskipun masing-masing umumnya mengkaji indikator secara terpisah.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini mencoba untuk mengintegrasikan berbagai temuan sebelumnya ke dalam satu kesatuan pembahasan. Adapun ringkasan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian ini dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
1	Yan Zhang, Jiao Zhang, Yang Lu, & Feng Ji (2025)  <i>Digitalization and Firm Value: The Evidence From China's Manufacturing Enterprises</i>  <i>Journal sustainability</i>	<b>Variabel Independen</b> X1 :Digitalization  <b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value (Tobin's Q, PBV, PER)	Panel Data Regression	Digitalisasi meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan melalui efisiensi dan integrasi strategi
2	Fuxia Gao, Chuan Lin and Haomiao Zhai (2022)  <i>Digital Transformation, Corporate Innovation, and International Strategy: Empirical Evidence from Listed Companies in China</i>  <i>Journal of Open Innovation</i>	<b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Transformation X2 : Corporate Innovation  <b>Variabel Dependen</b> Y : Corporate Value  <b>Variabel Moderasi</b> M : International Strategy	Regression & Moderated Model	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital dan inovasi berdampak positif pada nilai perusahaan, khususnya dengan dukungan strategi internasional.

No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
3	Igor Filatotchev, Gianvito Lanzolla & Evangelos Syrigos (2023)  <i>Impact of CEO's Digital Technology Orientation and Board Characteristics on Firm Value: A Signaling Perspective</i>  <i>Journal of Management</i>	<b>Variabel Independen</b> X1 : CEO Digital Orientation X2 : Board Characteristics  <b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value	SEM/Regression	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan dan tata kelola digital memperkuat sinyal pasar atau berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4	Lijun Ran, Qi Zhang & Xin Li (2024)  <i>Can Digital Technology Innovation Contribute to Firms' Market Value?</i>  <i>Journal of Business Research</i>	<b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Technology Innovation  <b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value (Tobin's Q)	OLS Regression	Hasil penelitian menyatakan bahwa inovasi teknologi digital berdampak signifikan terhadap peningkatan nilai pasar perusahaan.
5	Antonio Salvi, Filippo Vitolla, Michele Rubino, Anastasia Giakoumelou, & Nicola Raimo (2020)  <i>Online Information on Digitalisation Processes and its Impact on Firm Value</i>  <i>Journal of Business Research</i>	<b>Variabel Independen</b> X1 : Online Digital Disclosure  <b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value  <b>Variabel Intervening</b> Asymmetric Information	Path Analysis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi digital menurunkan asimetri informasi dan meningkatkan nilai perusahaan.

No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
6	<p>Maximilian Schrieck, Yongli Huang, Alexander Kupfer, &amp; Helmut Krcmar (2024)</p> <p><i>The Effect of Digital Platform Strategies on Firm Value in The Banking Industry</i></p> <p><i>Journal of Management Information Systems</i></p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Platform Strategy</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value</p> <p><b>Variabel Moderasi</b> M : Business Model Complexity</p>	Moderated Regression	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi digital <i>platform</i> berdampak positif terhadap nilai bank, tergantung kompleksitas model bisnis.
7	<p>Ke Li &amp; Chonlavit Sutunyarak (2024)</p> <p><i>An Empirical Research on ESG, Digital Transformation, and Firm Value in China</i></p> <p><i>Journal of Infrastructure, Policy and Development</i></p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Transformation</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value</p> <p><b>Variabel Mediasi</b> ESG Integration</p>	SEM/Regression	Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi ESG memperkuat dampak transformasi digital terhadap nilai perusahaan.
8	<p>Rio Andrew &amp; Erna Murwaningsari (2024)</p> <p><i>Does Digital Banking Affect The Value of Banking Companies in The Current Era?</i></p> <p><i>Jurnal Akuntansi Kontemporer</i></p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Banking (10 kanal)</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value</p> <p><b>Variabel Moderasi</b> M: Digital Banking</p>	Regression Panel Data	<i>Digital banking</i> memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengaruh antar <i>distribusi channel</i> belum diuji secara spesifik.

No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
9	<p>Miranda Nuraini, Tadfil Husni, &amp; Fajri Adrianto (2022)</p> <p>Pengaruh Inovasi Layanan <i>Electronic Banking, Fee-Based Income</i>, &amp; Efektivitas Pengendalian <i>Internal</i> Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia</p> <p>Jurnal Manajemen dan Sains (J-MAS)</p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : E-Banking X2 : FBI</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Firm Value</p> <p><b>Variabel Moderasi</b> M : Internal Control</p>	Regresi Linier (Eviews)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-banking</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan jika didukung kontrol internal dan pendapatan jasa.
10	<p>Irwan Moridu (2020)</p> <p>Pengaruh Digital Banking Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan</p> <p>Jurnal Riset Akuntansi Politala</p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Banking</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Nilai Perusahaan</p>	Regresi Linier Sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digital banking tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
11	<p>Khairina Natsir, Nurainun Bangun, &amp; Adithya Nugraha (2022)</p> <p><i>Comparative Analysis of Banking Company Value Due to The Implementation of The Digitalization System</i></p> <p><i>Technium Social Sciences Journal</i></p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : Sistem Digitalisasi</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Nilai Perusahaan</p>	Analisis Komparatif Deskriptif	Penelitian ini menemukan perbedaan nilai antara bank yang dianalisis, tidak langsung menguji hubungan digitalisasi dan nilai perusahaan

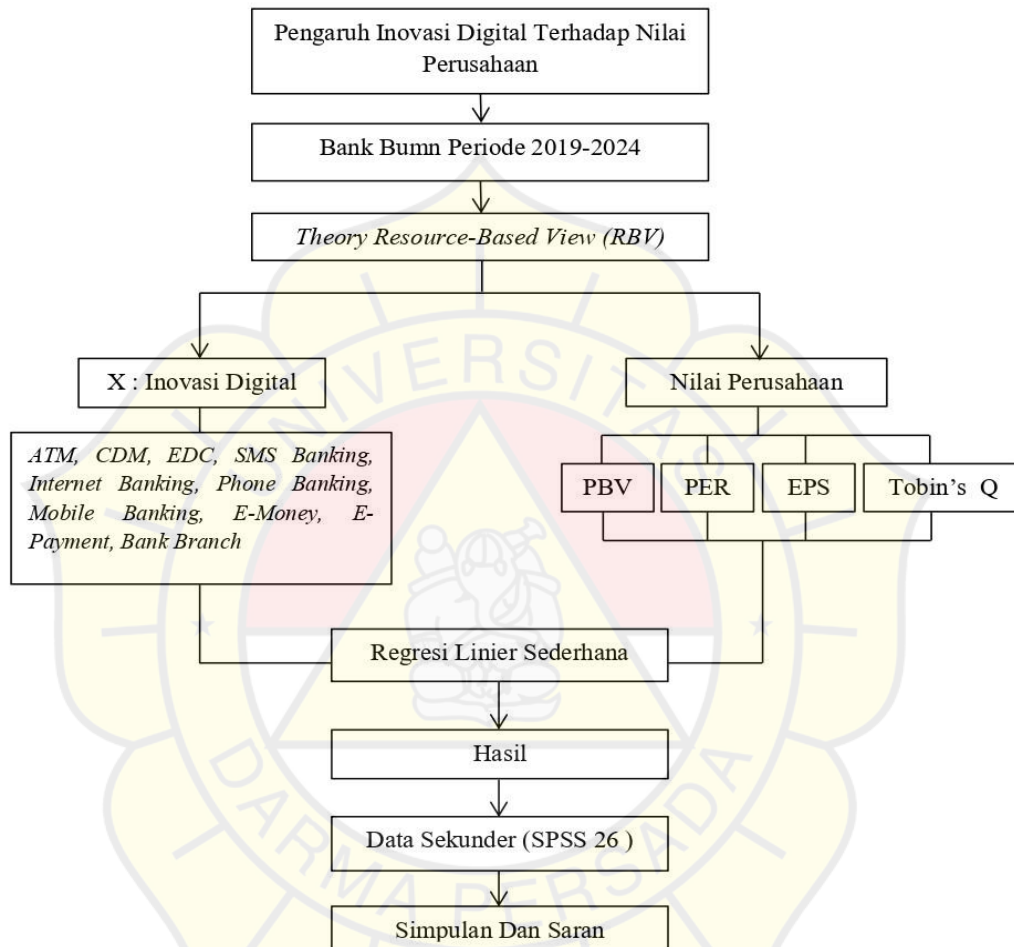
No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
12	<p>Lijun Zhang &amp; Zeyu Song (2025)</p> <p><i>Digital Transformation, Green Technology Innovation and Corporate Value</i></p> <p><i>Frontiers in Environmental Science</i></p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Transformation X2: Green Innovation</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Corporate Value</p>	OLS Regression	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital dan inovasi hijau meningkatkan nilai perusahaan.
13	<p>Hao MA, Xue Jia, &amp; Xiaodong Wang (2022)</p> <p><i>Digital Transformation, Ambidextrous Innovation and Enterprise Value</i></p> <p><i>Sustainability Journal</i></p>	<p><b>Variabel Independen</b> X1 : Digital Transformation X2: Ambidextrous Innovation</p> <p><b>Variabel Dependen</b> Y : Enterprise Value</p>	Panel Regression	Hasil penelitian menyatakan bahwa transformasi digital dan inovasi ambidextrous meningkatkan nilai perusahaan manufaktur.
14	<p>Xiaoqing Lu, Zejiong Zhou, 2022</p> <p><i>Digital Transformation, Business Risk and Firm Value: An Empirical Test Based on a Mediated Effects Model</i></p> <p><i>Frontiers in Sustainable Development</i></p>	<p><b>Variabel Independen</b> X: Digital Transformation</p> <p>Variabel Dependen Y: Firm Value (Tobin's Q)</p> <p>Variabel Mediasi Business Risk</p>	Mediated Regression Analysis	Hasil penelitian menyatakan bahwa transformasi digital tidak berpengaruh terhadap Tobin's Q, namun melalui risiko bisnis dapat menurunkan nilai perusahaan secara signifikan

No	Nama Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Variabel Yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
15	Kuilin Zhang, 2024  <i>Impact of Digital Transformation on Business Performance</i>  <i>Advances in Economics Management and Political Sciences</i>	<b>Variabel Independen</b> X: Digitalization Strategy (Digital Deepening) <b>Variabel Dependen</b> Y: Firm's Market Value (PBV, Tobin's Q)	Panel Data Regression	Strategi digitalisasi berdampak negatif pada PBV dan tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q.
16	Adithya Nugraha, 2021  Dampak Penerapan Sistem Digitalisasi Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan  Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan	<b>Variabel Independen</b> X: Digitalisasi <b>Variabel Dependen</b> Y: Nilai Perusahaan (Tobin's Q)	Wilcoxon Signed-Rank	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan nilai perusahaan sebelum dan sesudah digitalisasi. Digitalisasi belum berdampak langsung terhadap Tobin's Q pada periode awal implementasi.

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengkaji dua jenis variabel utama, yakni variabel dependen dan variabel independen. Nilai perusahaan berperan sebagai variabel dependen yang menjadi fokus hasil akhir yang ingin dianalisis. Variabel independen yang digunakan

adalah inovasi digital, yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap peningkatan atau perubahan nilai perusahaan.

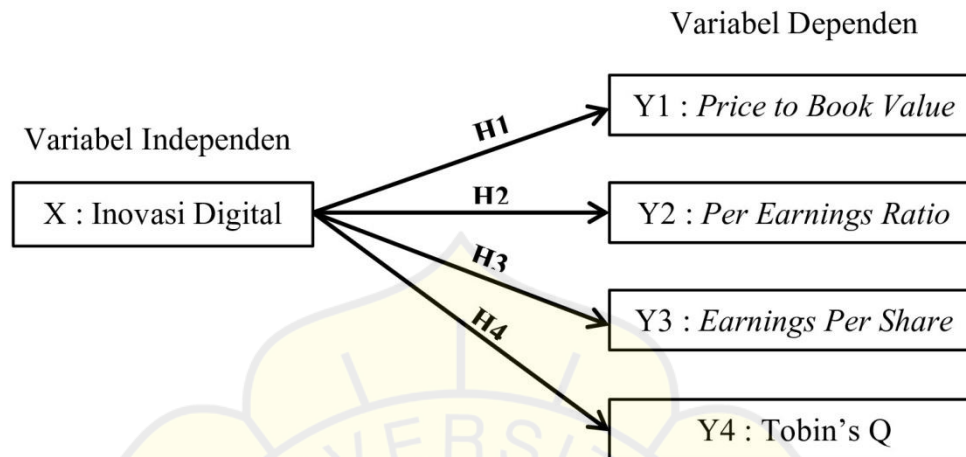


**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

## 2.6 Kerangka Konseptual

Penelitian ini didasarkan pada dua paradigma utama, yaitu variabel independen dan variabel dependen, yang hubungan keduanya dapat diilustrasikan melalui bagan berikut:



**Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

## 2.7 Hipotesis Penelitian

### 2.7.1 Pengaruh Inovasi digital terhadap nilai perusahaan (PBV)

*Price to Book Value (PBV)* adalah rasio yang digunakan untuk menilai sejauh mana pasar menghargai nilai buku dari suatu perusahaan. Semakin tinggi *PBV*, menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian lebih terhadap aset perusahaan, mencerminkan ekspektasi investor terhadap pertumbuhan dan efisiensi perusahaan. Dalam konteks perbankan, adopsi *digital channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, hingga *bank branch* dinilai mampu mendorong efisiensi serta memperluas akses pasar, yang secara teoritis dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Zhang *et.al.*, (2025), digitalisasi dapat meningkatkan efisiensi internal perusahaan dan menghasilkan integrasi sistem yang berdampak positif terhadap valuasi pasar. Filatotchev *et.al.*, (2023) juga menyatakan bahwa inovasi teknologi yang didukung oleh manajemen dan kepemimpinan digital yang kuat mampu meningkatkan sinyal pasar dan menarik kepercayaan investor. Di Indonesia, Andrew *et.al.*, (2024) menggunakan *PBV* sebagai salah satu indikator nilai perusahaan dalam menilai pengaruh *digital banking* pada perusahaan perbankan.

Penelitian Zhang (2024) menyatakan bahwa strategi digitalisasi yang mendalam berdampak negatif terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan *PBV* perusahaan dalam jangka pendek, menunjukkan bahwa biaya transformasi digital dapat menekan nilai buku relatif terhadap harga saham. Hasil penelitian Moridu (2020) menunjukkan bahwa inovasi digital tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tergantung pada strategi implementasi dan kesiapan organisasi. Dengan adanya temuan yang beragam ini, maka hipotesis yang diajukan adalah:

**H1: Inovasi digital berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value (PBV)*.**

### **2.7.2 Pengaruh Inovasi digital terhadap nilai perusahaan (PER)**

*Price to Earning Ratio (PER)* menggambarkan perbandingan antara harga pasar saham dengan laba bersih per saham. Rasio ini digunakan oleh investor untuk menilai ekspektasi pertumbuhan laba perusahaan di masa depan. Inovasi digital dalam hal ini

diharapkan dapat mendorong peningkatan efisiensi biaya, mempercepat pelayanan, dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Gao *et.al.*, (2022) menunjukkan bahwa transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi yang berdampak pada pertumbuhan laba perusahaan, yang berkontribusi pada kenaikan *PER*. Temuan senada juga dikemukakan oleh Schreieck *et.al.*, (2024), yang menyatakan bahwa strategi *digital platform* dalam perbankan dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan persepsi investor. Ran *et.al.*, (2024) juga menyatakan bahwa inovasi teknologi digital dapat secara langsung meningkatkan valuasi perusahaan melalui ekspektasi pertumbuhan laba yang membaik. Namun demikian, penelitian oleh Nuraini *et.al.*, (2022) dan Moridu (2020) belum secara khusus menguji *PER* sebagai indikator, sehingga hubungan langsung antara inovasi digital dan *PER* masih memerlukan pembuktian lebih lanjut. Maka dari itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H2: Inovasi digital berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Earnings Ratio (PER)*.**

### **2.7.3 Pengaruh Inovasi digital terhadap nilai perusahaan (*EPS*)**

*Earnings per Share (EPS)* merupakan indikator kinerja perusahaan yang menunjukkan seberapa besar laba bersih yang dapat diatribusikan kepada setiap lembar saham yang beredar. *EPS* menjadi perhatian penting bagi investor dalam mengevaluasi kemampuan dalam menghasilkan keuntungan secara langsung.

Berdasarkan konteks digitalisasi, efisiensi operasional yang dihasilkan dari inovasi kanal seperti *mobile banking*, *E-Payment*, dan internet *banking* diyakini dapat

menekan biaya dan meningkatkan margin laba. Nuraini *et.al.*, (2022) menyatakan bahwa keberhasilan implementasi *E-banking* yang terintegrasi dengan sistem internal mampu meningkatkan pendapatan berbasis jasa dan berpengaruh terhadap profitabilitas dan EPS. Andrew *et.al.*, (2024) juga menggunakan EPS sebagai salah satu indikator nilai perusahaan dalam konteks perbankan digital. Namun, Moridu (2020) menunjukkan bahwa dampak tersebut bisa tidak signifikan bila tidak diiringi strategi pengelolaan teknologi yang tepat. Studi yang secara spesifik menguji hubungan inovasi digital terhadap *EPS* masih terbatas, sehingga penting untuk menguji sejauh mana kanal digital bank mempengaruhi indikator *EPS*. Maka dari itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H3: Inovasi digital berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Earnings per Share (EPS)*.**

#### **2.7.4 Pengaruh Inovasi digital terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q)**

Tobin's Q adalah rasio antara nilai pasar suatu perusahaan dan nilai buku dari asetnya yang sering digunakan untuk mengukur persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Rasio ini dianggap sebagai indikator dari kepercayaan investor terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan. Dalam era digital, adopsi kanal digital bank dapat menjadi sinyal positif bahwa perusahaan berorientasi pada inovasi dan pertumbuhan.

Zhang *et.al.*, (2025) membuktikan bahwa digitalisasi yang dijalankan dengan strategi yang baik dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan nilai pasar yang tercermin dalam Tobin's Q. Li *et.al.*, (2024) juga mengungkapkan bahwa

integrasi ESG dan transformasi digital memiliki dampak positif terhadap valuasi berbasis Tobin's Q. Sementara itu, Salvi *et.al.*, (2020) menyatakan bahwa keterbukaan informasi digital secara *online* mampu menurunkan asimetri informasi yang memperkuat sinyal positif terhadap pasar.

Penelitian Zhang (2024) dan Lu *et.al.*, (2022) menunjukkan bahwa transformasi digital belum memberikan dampak yang signifikan terhadap nilai pasar perusahaan dalam jangka pendek yang diukur menggunakan Tobin's Q. Hal ini mengindikasikan digitalisasi saja tidak cukup untuk meningkatkan nilai pasar perusahaan, kecuali jika didukung oleh strategi implementasi yang tepat, dukungan organisasi, dan pengelolaan risiko yang baik. Penelitian Nugraha (2021) menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q antara sebelum dan sesudah implementasi sistem digitalisasi pada bank. Hal ini menunjukkan bahwa dampak transformasi digital terhadap valuasi pasar tidak selalu langsung terjadi, terutama dalam periode awal penerapan. Moridu (2020) dalam studi kasus Bank Negara Indonesia juga menyebutkan bahwa tidak ditemukan pengaruh signifikan antara *digital banking* dan nilai perusahaan berdasarkan Tobin's Q, menunjukkan bahwa dampak tersebut bersifat kontekstual. Berdasarkan temuan yang beragam ini, hipotesis yang diajukan adalah:

**H4: Inovasi digital tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q.**