

PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN INVESTMENT OPPORTUNITY SET TERHADAP NILAI PERUSAHAAN : PENGUNGKAPAN CSR SEBAGAI PEMODERASI

Melina Fidi Aneira¹, Sri Wahyuni², Azmi Fitriati³, Tiara Pandansari⁴

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Banyumas, Indonesia

e-mail: melinaaneira@gmail.com, yuniku1070@gmail.com, azmi.fitriati@gmail.com,
tiarapandansari@ump.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memperoleh bukti empiris mengenai dampak profitabilitas, *leverage*, dan *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan, dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Populasi yang dianalisis dalam penelitian ini yaitu semua perusahaan sektor *properties* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling, menghasilkan 63 data sampel. Teknik analisis yang diterapkan mencakup regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil analisis menunjukkan bahwasanya profitabilitas memiliki pengaruh negatif, *leverage* tidak memiliki pengaruh, sementara *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak terbukti memoderasi hubungan antara profitabilitas, *leverage*, dan *investment opportunity set* dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: Profitabilitas; *Leverage*; *Investment Opportunity Set*; Nilai Perusahaan; *Corporate Social Responsibility*

Abstract

This study aims to obtain empirical evidence regarding the impact of profitability, leverage, and investment opportunity set on firm value, with corporate social responsibility as a moderating variable. The population analyzed in this study were all properties and real estate sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021-2023 period. The sample was selected using purposive sampling method, resulting in 63 sample data. The analysis techniques applied include multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The results of the analysis show that profitability has a negative effect, leverage has no effect, while investment opportunity set has a positive effect on firm value. Corporate Social Responsibility is not proven to moderate the relationship between profitability, leverage, and investment opportunity set with firm value.

Keywords : Profitability; *Leverage*; *Investment Opportunity Set*; Firm Value; *Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Indonesia menghadapi persaingan perusahaan yang ketat sebagai akibat dari meningkatnya globalisasi pasar. Perusahaan yang memiliki nilai tinggi, tidak diragukan lagi karena dianggap dapat menunjukkan kekayaan pemegang saham di masa depan (Wahasumiah & Arshinta, 2022). Nilai perusahaan dan harga saham sering kali dikaitkan, berarti bahwa nilai perusahaan akan naik seiring harga sahamnya (Panjaitan et al., 2022). Dari berbagai perusahaan, salah satu yang dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi adalah perusahaan di sektor *properties and real estate* (Khotimah et al., 2020).

Pada 12 Maret 2021, harga saham sektor *properties and real estate* tertulis sebesar Rp 1.003. Di akhir tahun 2021, harga saham mengalami penurunan sebesar Rp 773. Harga saham terus menurun, ditutup pada Rp 711 akhir Desember 2022. Ini mencerminkan penurunan sekitar 8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada akhir Desember 2023, harga saham berada di Rp 714 yang menunjukkan sedikit pemulihan dari tahun sebelumnya, namun masih jauh dari level awal tahun 2021 (www.tradingview.com). Per November 2023, beberapa emiten besar seperti PT Modernland Realty Tbk serta PT Summarecon Agung Tbk mengalami penurunan harga saham harian, masing-masing menjadi Rp 66 dan mengalami penurunan sekitar 2% dalam seminggu (Trp, 2023). Penurunan harga saham di sektor *property* terjadi sebagai dampak dari kenaikan suku bunga Bank Indonesia (BI) sebesar 2,25% antara Agustus 2022 hingga Januari 2023 (Gracetine, 2023). Abdul Azis, analis dari Kiwoom Sekuritas, menambahkan bahwa kekhawatiran para pelaku pasar saat ini juga menjadi penyebab utama jatuhnya sektor *real estate* (Nurmutia, 2022).

Menurut Naibaho et al., (2019) sektor *property* merupakan salah satu sektor dengan tingkat pertumbuhan tinggi, tidak hanya memerlukan modal yang cukup untuk menjalankan operasionalnya, tetapi juga berupaya meningkatkan nilai perusahaannya.

Faktor pertama yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, didukung oleh temuan Harningsih et al., (2019); Dewi & Astika, (2019); Putra & Suarmanayasa, (2021) membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas mampu memperkuat kinerja perusahaan karena suatu perusahaan dianggap mampu menunjukkan prospek yang baik dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Putra & Suarmanayasa, 2021). Namun, Bagaskara et al., (2021); Aryadita et al., (2024) menemukan tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dikarenakan penggunaan laba tidak dimanfaatkan secara tepat meski pendapatan yang diperoleh cukup besar.

Faktor kedua yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*, hal ini didukung oleh temuan Prihayu & Astri, (2023); Kurniawati et al., (2021); Rahma & Munfaqiroh, (2021) membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh negatif *leverage* terhadap nilai perusahaan, dikarenakan *leverage* tinggi menunjukkan resiko gagal bayar yang tinggi dan mengirimkan sinyal negatif pada investor dan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan (Kurniawati et al., 2021). Tidak seperti temuan Rutin et al., (2019); Aryadita et al., (2024) mengungkapkan bahwasanya terdapat pengaruh positif *leverage* terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan menggunakan dana melalui utang untuk mengoptimalkan pendapatannya dan memperluas operasi mereka (Aryadita et al., 2024).

Faktor ketiga yang memengaruhi nilai perusahaan yaitu *investment opportunity set*, hal ini didukung oleh temuan Khoeriyah, (2020); Wahasumiah & Arshinta, (2022) membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh positif *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan. IOS dianggap dapat meningkatkan nilai perusahaan dikarenakan memberi peluang besar bagi perusahaan untuk melakukan investasi dan mengharapkan imbal hasil yang tinggi (Khoeriyah, 2020). Tetapi temuan Kolibu et al., (2020); Mulyantoni et al., (2020)

menemukan tidak adanya pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan karena kurangnya dalam memperhatikan kesempatan investasi yang dapat menaikkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility Disclosure diartikan sebagai proses penyampaian informasi terkait kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan sosialnya kepada masyarakat (Miladeny & Damayanthi, 2021). CSR berdampak pada posisi perusahaan dimana reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan akan meningkat sebanding dengan tingkat CSR yang diterapkan. Di sisi lain, penerapan CSR dapat mengakibatkan biaya yang lebih tinggi sehingga menurunkan pendapatan dan nilai perusahaan (Nopriyanto, 2024). Temuan penelitian Putra & Suarmanayasa, (2021); Pradita, (2019); Rahma & Munfaqiroh, (2021) mengemukakan bahwasanya *corporate social responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Beberapa dalam temuan Prihayu & Astri, (2023); Rahma & Munfaqiroh, (2021) menyatakan bahwasanya *corporate social responsibility* memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Mutmainah et al., (2024) mengemukakan bahwasanya *corporate social responsibility* memperlemah pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan. Sehingga *corporate social responsibility* diasumsikan dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.

Merujuk penjelasan di atas mengenai pentingnya nilai perusahaan bagi investor dan mengingat hasil yang belum konsisten, maka penelitian ini mereplikasi penelitian Wijaya, (2024) tentang "Pengaruh *Investment Opportunity Set* (IOS) dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Baku". Perbedaan dari penelitian sebelumnya yaitu penambahan variabel profitabilitas dan variabel moderasi berupa pengungkapan CSR. Tujuan penelitian ini guna menganalisis dan membuktikan pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan

investment opportunity set terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR selaku pemoderasi pada perusahaan *properties and real estate* yang tercatat di BEI tahun 2021-2023.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Penelitian ini dilandasi dengan dua teori yaitu *signalling theory* dan *trade off theory*. *Signalling theory* menjelaskan bahwasanya semakin tinggi rasio profitabilitas, semakin optimal kinerja yang ditunjukkan oleh perusahaan serta memiliki potensi jangka panjang yang menjanjikan (Alfiana et al., 2023). Hal ini karena laba yang tinggi menunjukkan manajemen yang efektif dan efisiensi operasional, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Menurut Hanafi & Halim, (2014) *trade off theory* menggambarkan hubungan antara pajak, resiko bangkrut, serta pemanfaatan utang yang dipengaruhi oleh pilihan struktur modal perusahaan.

Profitabilitas mengungkapkan sejauh mana perusahaan mendapatkan laba dari total aset yang dimiliki dalam rentang waktu yang ditentukan (Sari & Wahidahwati, 2021). Teori sinyal mengemukakan bahwasanya perusahaan akan menerima respons positif dari investor ketika perusahaan tersebut mempunyai informasi yang baik, sehingga investor akan menilai serta menimbang hal tersebut berdasarkan tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan (Putra & Sunarto, 2021). Perusahaan yang nilai kerjanya bagus dinilai dapat mengelola dan mencapai profitabilitas tinggi, dimana pada gilirannya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Maka kinerja perusahaan akan meningkat seiring dengan profitabilitasnya, karena hal tersebut dapat menghasilkan lebih banyak keuntungan (Wahyuni et al., 2022). Safitri & Riduwan, (2020) membuktikan adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan selaras temuan Dewi & Astika, (2019); Rutin et al., (2019).

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Leverage adalah pembiayaan dari eksternal perusahaan, yang diperlukan untuk kepentingan pembiayaan perusahaan (Putri & Sunarto, 2022). Dalam konsep *trade-off theory*, peningkatan jumlah utang akan mengurangi nilai perusahaan, karena diperkirakan bahwa biaya kesulitan keuangan dan biaya keagenan yang ada akan melebihi penghematan pajak yang diperoleh dari penggunaan utang (Nofika & Nurhayati, 2022). *Leverage* yang tinggi merepresentasikan resiko gagal bayar yang tinggi juga, sehingga *leverage* yang tinggi mampu mengirimkan sinyal negatif kepada investor dan menurunkan nilai perusahaannya. Selaras temuan Kurniawati et al., (2021); Prihayu & Astri, (2023); Kusuma et al., (2023) membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh negatif *leverage* terhadap nilai perusahaan.

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Investment Opportunity Set yang baik berpotensi meningkatkan nilai perusahaannya dikarenakan memberi indikasi kepada investor bahwasanya perusahaan sedang berkembang dan memiliki rencana strategis untuk pertumbuhan (Khoeriyah, 2020). Selaras dengan konsep teori sinyal, dimana keputusan investasi yang baik diterjemahkan sebagai sinyal positif bagi pasar yang bisa meningkatkan nilai perusahaannya (Hartono, 2010). Pernyataan ini sejalan dengan Khoeriyah, (2020); Wahasusmiah & Arshinta, (2022); Agustina et al., (2024) membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh positif *Investment Opportunity Set* terhadap nilai perusahaan.

H₃: *Investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan *signalling theory*, ketika perusahaan menunjukkan profitabilitas yang tinggi dan juga aktif dalam kegiatan CSR, sinyal yang diberikan menjadi lebih kuat (Putra & Suarmanayasa, 2021). Investor cenderung melihat kombinasi dari kedua faktor ini sebagai indikasi bahwa perusahaan tidak hanya mampu menghasilkan laba, namun juga dilakukan

dengan tanggung jawab social yang dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata pasar (Putra & Suarmanayasa, 2021). Temuan penelitian Putra & Suarmanayasa, (2021); Pradita, (2019); Rahma & Munfaqiroh, (2021) menyatakan bahwasanya *corporate social responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H₄: *Corporate social responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Ketika perusahaan memiliki *leverage* tinggi, mereka mungkin mengirimkan sinyal bahwa mereka berisiko lebih besar dan memiliki potensi untuk menghadapi masalah likuiditas (Rohmah et al., 2024). Berdasarkan *signalling theory*, CSR tinggi dapat memberi sinyal bertentangan bagi investor yang bisa melihatnya sebagai prioritas non-finansial yang mengurangi keuntungan atau mengalihkan perhatian dari tujuan utama perusahaan, yaitu mengelola kewajiban utang (Prihayu & Astri, 2023). Dengan kata lain, meskipun CSR memberi sinyal positif tentang komitmen sosial perusahaan, hal ini dapat memperburuk persepsi investor tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola utang jika tidak ada keseimbangan antara kegiatan sosial dan keberlanjutan finansial. Sehingga pelaksanaan CSR yang tinggi dengan penggunaan utang yang tinggi dapat mengurangi minat investor dan daya saing perusahaan, yang akhirnya berpengaruh pada penurunan nilai perusahaan, karena investor bisa merasa khawatir tentang bagaimana perusahaan akan mampu mengelola risiko finansial dan keberlanjutan jangka panjangnya (Darmawan et al., 2020). Hal ini dapat disimpulkan bahwasanya pengungkapan CSR akan memperkuat pengaruh negatif *leverage* terhadap nilai perusahaan. Beberapa dalam penelitian Prihayu & Astri, (2023); Rahma & Munfaqiroh, (2021) menyatakan bahwasanya *corporate social responsibility* memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

H₅ : *Corporate social responsibility* memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Sesuai *signalling theory*, perusahaan melakukan program CSR tinggi mungkin ingin mengirimkan sinyal kepada pemangku kepentingan bahwa mereka peduli dengan masalah sosial serta lingkungan yang bisa meningkatkan nilai perusahaannya (Mutmainah et al., 2024). Namun, jika industri mengalokasikan sumber daya yang besar guna CSR daripada mengejar peluang investasi yang lebih menguntungkan, investor mungkin melihatnya sebagai sinyal bahwa perusahaan lebih tertuju pada tanggung jawab sosial dibandingkan pertumbuhan dan pengembalian finansialnya. Hal ini dapat memperlemah pengaruh IOS terhadap nilai perusahaan, dikarenakan investor mungkin lebih memilih perusahaan yang fokus pada pengelolaan peluang investasi yang menghasilkan keuntungan lebih besar (Sianipar & Mulyani, 2019). Dalam penelitian Mutmainah et al., (2024) mengemukakan bahwasanya *corporate social responsibility* memperlemah pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.

H₆: *Corporate social responsibility* memperlemah pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan

METODE

Berisi bagaimana proses pengumpulan data, sumber data, dan metode analisis data. Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan analisis data kuantitatif yang berasal dari data sekunder. Data yang dianalisis berasal dari informasi keuangan tahun 2021-2023 diakses menggunakan laman resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id. Populasi

yang menjadi objek analisis mencakup perusahaan *properties and real estate* yang tercatat di BEI tahun 2021-2023, total sebanyak 92 perusahaan. Teknik *purposive sampling* digunakan dalam pemilihan sampel, dirancang untuk memilih sampel berdasar pada kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang diterapkan guna penentuan sampel pada penelitian ini seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan <i>properties and real estate</i> yang tercatat di BEI sepanjang periode 2021-2023	92
Perusahaan <i>properties and real estate</i> yang tidak menghasilkan laba secara beruntun sepanjang periode 2021-2023	(66)
Total sampel selama 1 tahun	26
Total sampel selama 3 tahun	78
Data terkena outlier	15
Jumlah sampel yang diperoleh	63

Penelitian ini memiliki tiga jenis variabel yaitu variabel dependen berupa nilai perusahaan, variabel independen berupa profitabilitas, *leverage* dan *investment opportunity set* serta variabel moderasi berupa *corporate social responsibility*.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
	Nilai perusahaan mencerminkan nilai dari harga saham dan laba per saham perusahaannya (Indriyani & Pandansari, 2020).	PER : $\frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba per saham}}$
	Profitabilitas mengungkapkan sejauh mana perusahaan mendapatkan laba dari total aset yang dimiliki dalam rentang waktu yang ditentukan (Sari & Wahidahwati, 2021).	ROA : $\frac{\text{Laba Bersih} \times 100\%}{\text{Total Asset}}$
	<i>Leverage</i> mengungkapkan dana yang diterima perusahaan melalui utang guna meningkatkan keuntungan (Nadhilah et al., 2022).	DER : $\frac{\text{Total Debt} \times 100\%}{\text{Total Equity}}$
	<i>Investment opportunity set</i> menjelaskan keputusan investasi dengan gabungan antara aset di tempat dengan kesempatan investasi (Myers, 1977)	MBVA : $\frac{(\text{Total asset} - \text{Total equitas}) + (\text{Jumlah saham} \times \text{close price})}{\text{Total Asset}}$
	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> merupakan proses penyampaian informasi terkait kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan sosialnya kepada Masyarakat (Miladeny & Damayanthi, 2021).	CSRDI : $\frac{\sum Xi}{N}$ Keterangan: Xi : Jumlah skor item n : Jumlah pengukuran pengungkapan, n=91

Teknis analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas), serta analisis regresi linier berganda dengan analisis regresi moderasi (MRA), uji koefisien determinasi, uji simultan (uji F), dan uji T (Prihayu & Astri, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung rata-rata, nilai minimum, maksimum, dan deviasi standar dari setiap rasio untuk mengidentifikasi karakteristik data (Lamba & Atahau, 2022).

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PER	63	1,962	84,404	20,81311	21,432493
ROA	63	0,014	9,213	3,67965	2,416624
DER	63	0,197	169,094	57,80902	41,325591
MBVA	63	0,249	1,968	0,84259	0,366377
CSRDI	63	0,077	0,538	0,23443	0,139421
Valid N (listwise)	63				

Sumber : Data diolah, 2024

Nilai perusahaan dinilai menggunakan PER berjumlah 63 sampel memiliki nilai rata-rata sebesar 20,81. Perihal tersebut menunjukkan bahwasanya dalam 20 kali pembagian dividen, investasi akan mencapai titik di mana modal awal akan kembali. Profitabilitas dinilai menggunakan ROA dengan nilai rata-rata sebesar 3%. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya profitabilitas perusahaan dianggap rendah dibandingkan dengan standar perusahaan umumnya yang mengharapkan nilai di atas 5%. *Leverage* dinilai menggunakan DER memiliki nilai rata-rata sebesar 57%. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya nilai DER berada di bawah 100%, maka perusahaan dianggap berada dalam kondisi yang sehat. Selain itu, jika perusahaan mengalami gagal bayar,

ekuitasnya terbukti cukup untuk melunasi utang-utang tersebut. *Investment opportunity set* dinilai menggunakan *market to book value of asset* (MBVA) memiliki nilai rata-rata sebesar 84%. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya banyaknya peluang investasi kepemilikan perusahaan terkait dengan aset yang ada. *Corporate social responsibility* dinilai menggunakan CSRDI memiliki nilai rata-rata sebesar 23%. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya perusahaan masih sedikit melakukan CSR karena masih di bawah 50%, situasi tersebut dapat merusak citra perusahaan di mata masyarakat akibat kurangnya perhatian terhadap lingkungan sekitar, serta dapat mempengaruhi keputusan investor yang berniat untuk menanamkan investasi pada perusahaan.

Tabel 4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Uji Normalitas		Uji Multikolinearitas		Uji Heteroskedastisitas	Uji Autokorelasi	
	N	Asymp. Sig. (2-tailed)	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Sig.	Alpha	Durbin Watson
ROA			0,883	1,132	0,113	0,05	
DER	63	0,200	0,906	1,104	0,916	0,05	1,474
MBVA			0,952	1,051	0,875	0,05	

Sumber : Data diolah, 2024

Dari hasil olah data, memperlihatkan bahwasanya pada pengujian terhadap *unstandardized residual* diperoleh *asymptotic significance* > 0,05. Disimpulkan bahwasanya data yang diuji terdistribusi normal. Uji multikolinearitas memperlihatkan angka tolerance > 0,10 serta angka VIF < 10, yang memperlihatkan ketiadaan multikolinieritas antar variabel independen.

Analisis ini memakai uji park dalam menguji heteroskedastisitas, untuk memperoleh nilai statistik. Tabel 4 menunjukkan sig > 0,05, disimpulkan bahwasanya model regresi tidak heteroskedastisitas. Diketahui nilai Durbin-Watson 1,471 berada diantara -2 sampai 2, menunjukkan bahwasanya dalam analisis tidak mengalami autokorelasi.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig,
(Constant)	12,459	1,936	0,058
ROA	- 4,876	- 5,507	0,000
DER	0,038	0,738	0,463
MBVA	28,618	5,087	0,000
Adjusted R Square	0,454		
Sig. F	0,000	18,194	

Sumber : Data diolah, 2024

Dari hasil olah data, persamaan regresi linear berganda pertama yang dipergunakan yakni:

$$\text{Nilai Perusahaan} = 12,459 - 4,876\text{ROA} + 0,038\text{DER} + 28,618\text{MBVA} + e$$

Dilihat dari Tabel 5, didapatkan nilai F hitung sebanyak 18,194 dengan sig 0,000 yang berarti <5% atau 0,05. Perolehan tersebut mengemukakan jika

pada model regresi ini secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan. Didapatkan nilai *Adjusted R²* pada model persamaan pertama sebesar 0,454 atau 45,4% artinya variasi nilai perusahaan bisa diterangkan variabel independennya sedangkan selebihnya 54,6% dijelaskan oleh variabel diluar penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji MRA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,734	13,196		0,207	0,837
ROA	- 7,650	1,765	- 0,863	- 4,334	0,000
DER	0,143	0,119	0,276	1,206	0,233
MBVA	47,080	12,873	0,805	3,657	0,001
ROA*Z	9,915	6,925	0,498	1,432	0,158
DER*Z	- 0,477	0,535	- 0,286	- 0,892	0,376
MBVA*Z	- 89,139	65,063	- 0,552	- 1,370	0,176
Adjust R Square	0,485				
Sig. F	0,000				9,330

Sumber : Data diolah, 2024

Dari hasil olah data, persamaan regresi linear berganda pertama yang dipergunakan yakni:

$$\text{Nilai Perusahaan} = 2,734 - 7,650\text{ROA} + 0,143\text{DER} + 47,080\text{MBVA} + 9,915\text{ROA*Z} - 0,477\text{DER*Z} - 89,139\text{MBVA*Z} + e$$

Dari hasil olah data, variabel profitabilitas (ROA) menunjukkan nilai koefisien regresi -5,507 dengan signifikansi 0,000 < 0,05 mengindikasikan bahwasanya profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. H₁ **ditolak**. Berpengaruh negatif dikarenakan profitabilitas rendah justru meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas rendah dapat dikarenakan oleh biaya pemeliharaan, pengembangan, atau kewajiban lain (Suliyanti & Damayanti, 2022). Tetapi perusahaan properti sering memiliki portofolio aset yang sangat bernilai, seperti tanah atau bangunan

komersial dan residensial di lokasi strategis. Sehingga meskipun profitabilitasnya rendah, nilai perusahaan tetap dapat meningkat melalui lokasi strategis (Suliyanti & Damayanti, 2022). Maka nilai perusahaan tetap dapat meningkat meskipun tidak ada laba yang signifikan saat ini. Selain itu, profitabilitas rendah mungkin dapat mengurangi pajak di masa depan (Hulu & Santosa, 2023). Hal ini disebut sebagai *tax loss carryforward*, di mana kerugian yang ada dapat dikompensasikan dengan keuntungan dimasa mendatang yang bisa meningkatkan nilai perusahaan (Hulu & Santosa, 2023). Sama halnya dengan penelitian Khotimah et al., (2020) mengemukakan bahwasanya profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil olah data, variabel *leverage* (DER) menunjukkan nilai koefisien regresi 0,073 dengan signifikansi $0,463 > 0,05$ mengindikasikan bahwasanya tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. H₂ **ditolak**. Disimpulkan bahwasanya tinggi rendahnya *leverage* tidak memengaruhi nilai perusahaan. Sehingga besarnya *leverage* tidak membuat pemahaman investor terhadap perusahaan menjadi ragu dalam pengambilan keputusan investasi di perusahaan tersebut (Agustiningsih & Septiani, 2024). Investor lebih berfokus pada cara perusahaan mengelola utangnya, apakah utang tersebut dikelola dengan cara yang efektif dan efisien (Dewi & Sulistiyo, 2020). Hasil ini mengindikasikan bahwasanya perusahaan cenderung lebih memilih menggunakan modal internal, seperti laba ditahan atau modal saham, daripada utang dengan risiko tinggi untuk membiayai operasionalnya (Dewi & Sulistiyo, 2020). Sama halnya dengan penelitian Bagaskara et al., (2021) mengungkapkan bahwasanya *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil olah data, variabel *investment opportunity set* (MBVA) menunjukkan nilai koefisien regresi 0,489 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwasanya *investment opportunity set* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. H₃ **diterima**. Disimpulkan bahwasanya nilai perusahaan akan naik seiring dengan *investment opportunity set* nya. IOS mencerminkan keputusan investasi yang tersedia bagi industri untuk tumbuh dan berkembang (Dewi & Purnamawati, 2024). Semakin besar set peluang investasi, semakin besar potensi perusahaan guna menghasilkan laba dan pertumbuhan di masa mendatang (Yulianti et al., 2020). Perusahaan dengan banyak peluang investasi menguntungkan di masa mendatang cenderung mempunyai prospek pertumbuhan lebih baik, yang meningkatkan nilai pasar mereka. Sehingga pasar akan memandang perusahaan tersebut lebih tinggi karena investor berharap perusahaan akan terus menghasilkan laba lebih tinggi (Dewi &

Purnamawati, 2024). Sama halnya dengan penelitian Mutmainah et al., (2024) yang mengungkapkan bahwasanya *investment opportunity set* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil olah data moderasi pertama, *corporate social responsibility* (CSRDI) menunjukkan koefisien regresi 1,432 dengan signifikansi $0,158 > 0,05$ mengindikasikan bahwasanya *corporate social responsibility* tidak dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. H₄ **ditolak**. Program CSR yang minimal dan profitabilitas perusahaan yang rendah tidak dapat mempengaruhi cara pasar menilai perusahaan, terutama jika program tersebut tidak terlihat atau tidak berdampak signifikan pada citra perusahaan di mata publik dan investor. Jika CSR perusahaan rendah, maka pengaruhnya terhadap hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan cenderung tidak signifikan. Sama halnya dengan penelitian Dewi & Muchrriana, (2023) yang mengungkapkan bahwasanya *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil olah data moderasi kedua, *corporate social responsibility* (CSRDI) menunjukkan koefisien regresi -0,892 dengan signifikansi $0,376 > 0,05$ mengindikasikan bahwasanya *corporate social responsibility* tidak dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. H₅ **ditolak**. Dikarenakan hutang tinggi menjadi resiko perusahaan apabila tidak bisa terbayarkan. Faktor yang biasa dilihat oleh investor yaitu bagaimana perusahaan dapat mengelola hutang jangka panjangnya. Disisi lain hutang juga dianggap sebagai sumber dana perusahaan. Sumber dana perusahaan yang tercukupi akan dapat mengembangkan dan mensejahterakan investor sehingga dapat melakukan pertanggungjawaban sosial terhadap lingkungan sekitar perusahaan (Kusuma et al., 2023). Namun banyak perusahaan yang meningkatkan CSR aspek

lingkungannya tidak menjamin kesejahteraan investor dan membuatnya enggan berinvestasi pada suatu perusahaan tersebut (Kusuma et al., 2023). Sama halnya dengan penelitian Kusuma et al., (2023) yang mengungkapkan bahwasanya *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil olah data moderasi ketiga, *corporate social responsibility* (CSRDI) menunjukkan koefisien regresi $-1,370$ dengan signifikansi $0,176 > 0,05$ mengindikasikan bahwasanya *corporate social responsibility* tidak dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan. H_6 ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwasanya perusahaan tidak terlalu fokus pada tanggung jawab sosial mereka, atau mungkin belum mengembangkan program CSR yang signifikan. Sehingga CSR yang rendah mengurangi kemampuan perusahaan untuk meningkatkan nilai melalui peluang investasi, karena perusahaan tersebut mungkin kurang menarik di mata investor atau masyarakat secara umum, yang dapat menurunkan daya tarik nilai perusahaan. Tidak sejalan dengan temuan Mutmainah et al., (2024) yang mengungkapkan bahwasanya *Corporate Social Responsibility* dapat memperlemah pengaruh *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memperoleh bukti empiris bahwasanya nilai perusahaan dipengaruhi negatif oleh profitabilitas. Menurunnya profitabilitas justru meningkatkan nilai perusahaannya. *Leverage* tidak berdampak pada nilai perusahaan. Tinggi rendahnya *leverage* tidak bisa mempengaruhi nilai perusahaannya. Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif oleh *investment opportunity set*. Jika *investment opportunity set* mengalami peningkatan, nilai perusahaan juga meningkat selaras besarnya peluang yang dimiliki

perusahaan untuk berinvestasi dan mengharapkan return tinggi. *Corporate social responsibility* tidak terbukti berperan sebagai pemoderasi antara profitabilitas, *leverage*, dan *investment opportunity set* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengandung keterbatasan, berupa 15 data outlier yg dihilangkan sehingga kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Selain itu, nilai *Adjusted R-squared* pada penelitian ini masih berada di bawah 50%, yaitu sebesar 45,4% yang mengindikasikan bahwa 54,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Kemudian perhitungan variabel penelitian ini hanya didasarkan pada data tahun yang sama, tanpa mempertimbangkan data dari tahun sebelumnya sebagai acuan. Sehingga hal ini dapat mengurangi relevansi hasil penelitian, serta membatasi kemampuan untuk mengidentifikasi tren atau pola yang mungkin tidak terlihat tanpa mempertimbangkan data historis. Berikut beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yaitu penelitian berikutnya bisa melibatkan penambahan atau perubahan variabel yang belum dibahas dalam penelitian ini. Penelitian berikutnya diharapkan juga memproksikan PBV atau TobinsQ dalam mengukur nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, A., Situmorang, M., & Alipudin, A. (2024). Pengaruh Investment Opportunity Set, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi. *Jurnal Akuntansi Pratama*, 1(3), 1–13. <https://jatama-feb.unpak.ac.id/index.php/jatama/index>
- Agustiningih, W., & Septiani, N. D. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Kajian Ekonomi Dan Akuntansi Terapan*, 1(2), 122–136. <https://doi.org/10.61132/keat.v1i2.149>
- Alfiana, D., Ichwanudin, W., & Khaerunnisa, E. (2023). Determinan

- Profitabilitas Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 58–70.
<https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1265>
- Aryadita, P. H., Hariyanto, E., Wahyuni, S., & Fitriati, A. (2024). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Owner*, 8(2), 1632–1647.
<https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2136>
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, P., & Sunardi, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 83.
<https://doi.org/10.32502/jab.v5i1.2461>
- Dewi, C. G., & Purnamawati, I. G. A. (2024). Pengaruh Investment Opportunity Set, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei (Tahun 2019-2021). *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 27–42.
<https://doi.org/10.23887/vjra.v13i1.74042>
- Dewi, K., & Sulistiyo, H. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI PERINGKAT*, 4(3), 602–614.
<http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Dewi, N. K. P. Y., & Astika, I. B. P. (2019). Pengaruh Profitabilitas , Kebijakan Dividen , dan Struktur Modal pada Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 29 & No.2, 804–817.
- Dewi, P., & Muchrriana, M. (2023). The Influence of Financial Performance on Company Value in Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sector in the 2019-2021 Period. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 1, 185–193.
- Gracetine, S. (2023). *Kenaikan Suku Bunga Berhenti, Waktunya Sektor Properti Beraksi?* Stockbit.
<https://snips.stockbit.com/unboxing?aauthor=6470751ba4f7b041d19f735f>
- Hanafi, M. M., & Halim, A. R. (2014). *Analisis laporan keuangan edisi 4*.
<https://api.semanticscholar.org/CorpusID:203297197>
- Harningsih, S., Agustin, H., & Setiawan, M. A. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 1(2), 199–209. www.idx.co.id
- Hartono, J. (2010). Teori Portofolio dan Analisis Investasi. In *Edisi 7* (p. 667). Yogyakarta :BPFE-Yogyakarta,2017.
<https://perpustakaan.binadarma.ac.id/opac/detail-opac?id=11134>
- Hulu, H. P., & Santosa, A. D. (2023). Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Hubungan Praktik Penghindaran Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 7(3), 2371–2379.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1547>
- Indriyani, & Pandansari, T. (2020). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pelayaran Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*,

- 3(September), 12.
<https://journal.stikomys.ac.id/index.php/jurnal-hummansi/article/view/256/153>
- Khoeriyah, A. (2020). Pengaruh Size, Leverage, Sales Growth Dan IOS Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 13(1).
<https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13.01.005>
- Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., & Sari, A. R. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2).
<https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>
- Kolibu, N. N., Saerang, I. S., & Maramis, J. B. (2020). Analisis Investment Opportunity Set, Corporate Governance, Risiko Bisnis, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Consumer Goods Dengan High Leverage Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pengembangan*, 8(1), 202–211.
- Kurniawati, Y., Hermanto, S. B., & Suryono, B. (2021). The Influence of Social Responsibility and Leverage on Company Value with Profitability as Mediator. *Budapest International Research and Critics Institute Journal (BIRCI-Journal)*, 4(3), 4753–4765.
- Kusuma, F., Indriasari, I., & Setyorini, N. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan, Leverage, dan Kapitalisasi Pasar terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Journal Of Economic, Accounting and Management*, 2(1), 93–103.
- Lamba, A. B., & Atahau, A. D. R. (2022). Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Profitabilitas. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 16–31.
<https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.12>
- 698
- Miladeny, N. N. M., & Damayanthi, I. G. E. A. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(12), 3231.
<https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i12.p15>
- Mulyantoni, B., Neldi, M., & Pondrinal, M. (2020). Investment Opportunity Set, Free Cash Flow, Current Ratio terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 5(1), 18–27.
<https://doi.org/10.35134/jbeupiyptk.v5i1.104>
- Mutmainah, Sanusi, F., & Suryani, E. (2024). Pengaruh Investment Opportunity Set dan Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5).
- Myers, S. C. (1977). Determinants of corporate borrowing. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 147–175.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0304405X77900150>
- Nadhilah, F., Widjaja, H. S., & Kaban, R. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(2), 174.
<https://doi.org/10.32662/gaj.v5i2.2165>
- Naibaho, A., Topowijono, & Azizah, D. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal (Studi Kasus pada Perusahaan Property and Real Estate yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 28(1), No. 1.
administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Nofika, S., & Nurhayati, I. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai

- Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Owner*, 6(1), 828–845. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.677>
- Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- Nurmutia, E. (2022). *Indeks Sektor Saham Properti Lesu Sepanjang 2022, Ada Apa?* LIPUTAN6.COM, JAKARTA. <https://www.liputan6.com/saham/read/4941101/indeks-sektor-saham-properti-lesu-sepanjang-2022-ada-apa?page=2>
- Panjaitan, I. L., Muda, I., & Situmeang, C. (2022). Pengaruh Manajemen Laba dan Related Party Transaction Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia dengan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 1(2), 79–98. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i2.54>
- Pradita, R. A. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(2).
- Prihayu, W. suci, & Astri, F. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*.
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Putra, I. G. A. A., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Peran Moderasi Corporate Social Responsibility pada Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 69–77.
- Putri, M. E., & Sunarto, S. (2022). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 246–256. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1896>
- Rahma, A. N., & Munfaqiroh, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 14(2).
- Rohmah, D. P., Keuangan, P., & Stan, N. (2024). *LEVERAGE DAN PROFITABILITAS: KUNCI UTAMA DALAM MEMPREDIKSI EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT ?* 45–53.
- Rutin, Triyonowati, & Djawoto. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating. *JRAP (Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan)*, 6, 126–142.
- Safitri, D. A., & Riduwan, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan: Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(6), 1–17.
- Sari, D. K., & Wahidahwati. (2021). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(4), 1–19.
- Sianipar, M. A., & Mulyani, S. D. (2019).

- Peran Investment Opportunity Set Sebagai Pemoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan, Goodcorporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 85–100. <https://doi.org/10.25105/jat.v4i2.4842>
- Suliyanti, N., & Damayanti, D. (2022). Faktor- faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas pada Perusahaan Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 244–254. <https://doi.org/10.34152/emba.v1i2.516>
- Trp. (2023). *Saham Properti Kok Loyo, Butuh “Obat” Apa Lagi?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20231113012159-128-488428/saham-properti-kok-loyo-butuh-obat-apa-lagi>
- Wahasusmiah, R., & Arshinta, F. A. B. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Investment Opportunity Set, dan Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan LQ45. *Mbia*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.33557/mbia.v21i1.1681>
- Wahyuni, S., Handayani, E., & Pujiharto. (2022). Earnings Management: an Analysis of Corporate Strategy, Financial Performance, and Audit Quality. *Asian Economic and Financial Review*, 12(8), 593–603. <https://doi.org/10.55493/5002.v12i8.4564>
- Wijaya, T. (2024). Pengaruh Investment Opportunity Set (IOS) dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Baku. *Jurnal Perspektif*, 22(2), 15–21. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/perspektif/article/view/22365>
- Yulianti, E., Anjani, A. D., Nugraheni, L. P., Habibah, M., & Prasetya, E. R. (2020). Pengaruh Investment Opportunity Set, Growth Opportunity, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kualitas Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Perdagangan Jasa dan Investasi Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018). *PROSIDING WEBINAR NASIONAL Covid-19 Pandemic and Current Issue in Accounting Research*, 1(1), 153–166.