



Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Iwan Mardana¹⁾, Dyah Ratnawati*²⁾

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Email : dratnawati67@gmail.com *

ABTRACT

This research investigated how profitability, a company's size, and its social responsibility practices (CSR) affect the financial health (firm value) within the property and real estate sector of the Indonesia Stock Exchange (BEI) for the period 2019-2022. The research adopted a quantitative methodology, specifically a multiple linear regression model, to examine the relationships between the variables.. The property and real estate sector focusing on companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2019 to 2019, the study employed purposive sampling to select 60 data points. software SPSS was used as the analysis tool with books, journals, and websites as data sources with literature and documentation as data collection techniques. Our analysis of property and real estate firms on the BEI from 2019 to 2022 revealed that profitability is the primary factor influencing a company's value. Interestingly, company size and CSR practices were not found to be statistically significant factors.

Keywords: *Profitability, Company Size, Corporate Social Responsibility, and Firm Value*

ABSTRAK

Analisis ini dilakukan untuk menganalisis & mengukur kontribusi profitabilitas, ukuran perusahaan, serta *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Nilai Perusahaan bidang property & real estate di BEI tahun 2019-2022. Metode kuantitatif digunakan sebagai metode penelitian dengan model regresi linier berganda. Sektor properti & real estate di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022 menjadi populasi dalam penelitian ini, dengan data yang terpilih sebanyak 60 data menggunakan teknik penentuan sampel *purposive sampling*. Aplikasi SPSS digunakan untuk alat uji penelitian dengan buku, jurnal, dan situs internet menjadi sumber data serta teknik pengumpulan data yakni literature dan dokumentasi. Hasil dalam pengujian ini profitabilitas berkontribusi pada nilai perusahaan namun nilai perusahaan tidak terpengaruhi oleh ukuran perusahaan serta CSR pada nilai perusahaan property & real estate pada BEI 2019-2022.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan*

PENDAHULUAN

Perkembangan era yang sangat pesat mendorong kemajuan teknologi secara signifikan yang telah membuat transformasi besar di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Menurut Muhamad (2019) Transformasi digital merujuk pada evolusi dalam pendekatan penanganan pekerjaan melalui penerapan teknologi informasi guna mencapai tingkat kinerja yang lebih optimal dan efisien. Transformasi digital dalam dunia bisnis telah mengubah keterlibatan klien, perdagangan, pemasaran, dan lainnya.

Transformasi digital menjadi sebuah keharusan bagi perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan baik *long term* maupun *short term*. Tujuan *short term* bagi perusahaan yaitu memaksimalkan keuntungan masa kini, sedangkan *long term* yaitu untuk menaikkan nilai perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan mencerminkan kesejahteraan yang semakin besar bagi para investor (Safira dan Widajantie 2021). Dalam mengoptimalkan laba pada jangka pendek, teknologi transformasi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengidentifikasi peluang pasar baru, dan mempercepat proses pengambilan keputusan. Pada sisi lain, untuk mencapai tujuan jangka panjang seperti peningkatan nilai perusahaan, teknologi ini berperan sebagai katalisator dalam menciptakan keunggulan kompetitif, meningkatkan inovasi produk atau layanan, serta membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui pengalaman digital yang personal dan memuaskan. Sehingga, integrasi teknologi transformasi digital bukan hanya sebagai alat untuk mendukung operasional, tetapi juga sebagai strategi inti yang mendukung untuk meningkatkan *firm value*.

Hirdinis (2019) mengungkapkan yakni *firm value* sebagai *output* dari performa manajemen yang mencakup berbagai aspek, seperti efisiensi dalam mengelola *cash flow from investment decisions*, kemampuan untuk mengembangkan pertumbuhan, serta manajemen *company capital cost*. Harga saham seringkali dikaitkan dengan pandangan investor terhadap kinerja manajemen dalam pengelolaan sumber daya perusahaan, yang tercermin melalui nilai perusahaan (Indrarini, 2019). Stabilitas dan peningkatan nilai saham mencerminkan peningkatan pada nilai perusahaan tersebut, harga saham yang besar, akan membesarkan nilai perusahaan yang tercermin (Yulianto dan Widyasasi 2020). Sehingga, nilai perusahaan memiliki signifikansi besar di setiap sektor perusahaan karena menjadi faktor penentu

dalam pertimbangan investor untuk melakukan investasi, terutama dalam sektor properti & real estat.

Investasi dalam jangka waktu panjang di perusahaan property & real estate memberikan peran signifikan pada perkembangan dan pemenuhan kebutuhan perumahan masyarakat. Meskipun fluktuasi merupakan bagian alami dari dinamika pasar, permintaan akan properti tetap tinggi karena menjadi dasar kebutuhan hidup. Meskipun demikian, tantangan muncul dalam bentuk penurunan indeks nilai saham pada perusahaan property & real estat.

Berdasarkan Laporan Tahunan IDX statistik BEI 2019-2022 diketahui pergerakan nilai saham perusahaan bidang property & real estate terjadi fluktuasi secara substansial. Tahun 2019 mencatat pertumbuhan sebesar 12.59%, mencerminkan kinerja positif di pasar saham dan menarik minat investor.

Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan signifikan dengan nilai pengembalian mencapai -21.23%, yang berlanjut pada tahun 2021 dengan nilai -19.11%. Sektor properti dan real estat menemui tantangan yang signifikan selama pandemi COVID-19 karena aktivitas transaksi yang terbatas secara fisik, mengakibatkan dampak yang cukup besar pada kinerja bisnis mereka. Pembatasan pergerakan dan ketidakpastian ekonomi memicu penurunan aktivitas. Meskipun demikian, pada tahun 2022 terjadi perbaikan dengan penurunan hanya sebesar -8.00%. Penurunan nilai ini juga menunjukkan penurunan minat investor yang disebabkan oleh faktor-faktor seperti profitabilitas, firm size, dan *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Sululing dan Sandangan (2020) Profitabilitas yaitu indikator yang mencerminkan kapabilitas suatu perusahaan dalam meraih keuntungan tinggi dengan memanfaatkan seluruh sumber daya perusahaan, termasuk hasil dari aktivitas penjualan dan penggunaan aset. Investor menggunakan profitabilitas sebagai indikator untuk mengevaluasi performa keuangan perusahaan dalam jangka waktu mendatang dan tingkat pengembalian investasi yang akan diperoleh. Tingginya profitabilitas pada suatu perusahaan mencerminkan kinerja yang sangat baik dalam menghasilkan laba yang besar.

Ukuran perusahaan yaitu parameter untuk mengklasifikasikan perusahaan sesuai skala operasinya, yang dapat dihitung dengan jumlah aset, total penjualan, harga saham, serta faktor-faktor lainnya (Purwanti, 2021). Ukuran perusahaan yang besar dapat mengurangi ketidakpastian investor akan tingkat pengembalian investasi terhadap perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan skala

besar dianggap tangguh untuk menyelesaikan risiko serta memiliki komitmen yang tinggi untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara keberlanjutan. Dengan adanya ukuran yang jelas tentang skala dan kinerja perusahaan, investor dapat lebih percaya diri untuk berinvestasi, sehingga nilai serta reputasi perusahaan dapat meningkat.

Menurut Dhamayanti (2021) Tanggung jawab sosial (CSR) adalah upaya pertanggungjawaban kepada stakeholders dengan cara mengatur nilai-nilai bisnis agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Tujuannya adalah untuk membentuk hubungan yang kuat dan positif bersama stakeholder, baik secara *direct* maupun *indirect*, dengan operasional perusahaan di sekitar lokasi operasionalnya. CSR menggambarkan bahwa perusahaan berkomitmen atas aktivitas bisnis yang dilakukan dengan memerhatikan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Zam Zam et al., (2021) melakukan sebuah pengujian dengan hasil yang menunjukkan profitabilitas tidak akan berdampak pada nilai perusahaan, sedangkan Prakosa & Muharam (2022) yang melakukan pengujian serupa menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Heliani et al., (2023) melakukan penelitian yang menunjukkan nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, sedangkan Zahara & Harahap (2022) mengemukakan bahwa *firm value* dapat terpengaruh dari ukuran perusahaan. Khofifah et al., (2022) menyatakan CSR berkontribusi pada *firm value*, sedangkan menurut Loekito & Setiawati (2021) menunjukkan CSR tidak berdampak signifikan pada *firm value*.

Divergensi esensial dalam model ini dibandingkan bersama kajian sebelumnya berada pada dua faktor utama: tahun & subjek penelitian. Sementara penelitian sebelumnya berfokus pada perusahaan manufaktur dengan periode 2019-2022, analisis ini menitikberatkan dengan tahun yang sama dengan objek terhadap perusahaan property & real estate. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai model serta aplikasi SPSS digunakan untuk alat uji penelitian. Hal ini bertujuan untuk menguji apakah hasil dari data terbaru dan periode waktu yang berbeda ini konsisten dengan temuan sebelumnya atau menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Penelitian ini menerapkan teori sinyal (*Signaling Theory*) dimana menurut Bergh et al., (2014) dalam Kharouf et al., (2020) teori sinyal adalah tentang mengurangi dan menjelaskan asimetri informasi antara pihak yang memberikan

sinyal (perusahaan) dan penerima sinyal atau pelanggan. Perusahaan dituntut untuk memberikan sinyal yang memuat informasi penting yang mampu mengubah penilaian pihak eksternal terhadap perusahaan menjadi lebih baik karena informasi yang dibagikan perusahaan kepada pihak eksternal dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena dapat diartikan oleh investor sebagai *good news* atau *bad news*.

Penelitian ini pula menerapkan teori stakeholder yakni suatu Perusahaan bukan hanya organisasi yang berfokus pada keuntungan semata, melainkan entitas yang harus menciptakan nilai dan manfaat berkelanjutan bagi para pemangku kepentingannya. Menurut Ghozali (2020) menyatakan bahwa *going concern* suatu perusahaan didasarkan pada *support* para Stakeholder sehingga operasional perusahaan memiliki tujuan mencari *support stakeholder*. Semakin kuat adaptasi perusahaan dipengaruhi oleh besarnya *support* Stakeholder.

Pengungkapan informasi profitabilitas dalam laporan keuangan dapat mempermudah interpretasi investor dalam melakukan analisis kinerja keuangan perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas di laporan keuangan maka kinerja perusahaan dianggap baik, sehingga kemakmuran investor lebih terjamin. Informasi ini dianggap sebagai *good news* oleh investor terkait prestasi perusahaan dimasa yang akan datang & meningkatkan minat investor untuk melakukan investasi. Teori sinyal mendukung pernyataan tersebut yakni perusahaan harus memberikan informasi yang mampu menambahkan nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas Berdampak pada Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan skala besar dapat mengurangi ketidakpastian investor akan tingkat pengembalian investasi terhadap perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan skala besar dianggap tangguh untuk mengatasi risiko serta memiliki komitmen yang tinggi untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara keberlanjutan. Hal ini memudahkan perusahaan dalam memperoleh kepercayaan investor dalam berinvestasi dan mampu menambahkan prestasi suatu perusahaan.

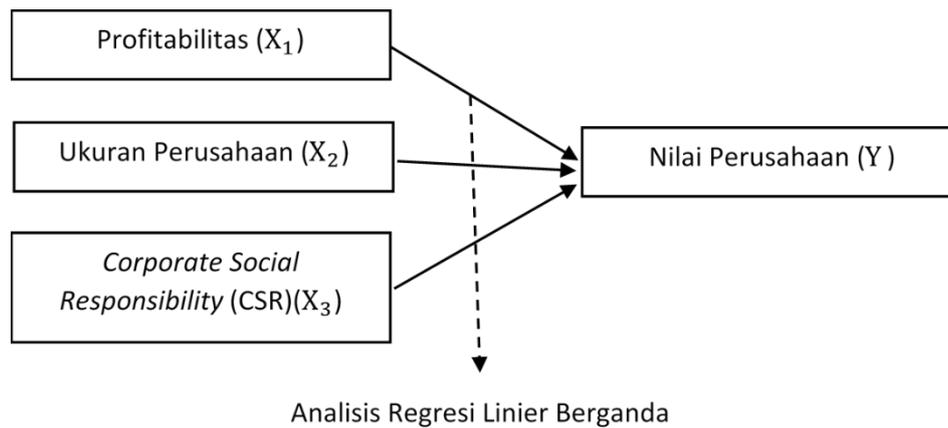
H2: Ukuran Perusahaan Berdampak pada Nilai Perusahaan

Hubungan kerjasama yang terjalin dengan para pemangku kepentingan (Stakeholder) dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang karena mempermudah akses perusahaan terhadap sumber daya yang dimiliki para pemangku kepentingan (Stakeholder). Stakeholder theory

mendukung pernyataan pernyataan tersebut dimana perusahaan tidak mampu bertahan dan operasional perusahaan dipengaruhi oleh *support* para stakeholder pelaksanaan.

H3: CSR Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2024)

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif digunakan sebagai metodel dalam penelitian ini, dengan objek penelitian yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, CSR & Nilai Perusahaan yang dilaksanakan di perusahaan property serta real estat di BEI pada website BEI (www.idx.co.id) menjadi sumber pencarian data pada periode 2019 hingga 2022.

Metode *purposive sampling* menjadi teknik pengambilan sampel, yakni memilih sampel sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria tersebut menjadi pedoman dalam menentukan perusahaan-perusahaan yang akan menjadi subjek penelitian. Data sekunder dari *Annual Report* menjadi data penelitian dengan menelusuri website www.idx.co.id serta laman valid perusahaan terkait. Data diperoleh melalui teknik dokumentasi dengan hasil sejumlah 15 perusahaan dalam 2019-2022, dengan sampel data dalam penelitian ini yang digunakan sebanyak 60 laporan tahunan perusahaan. Model Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai model dalam analisis ini.

Price to Book Value (PBV) digunakan sebagai alat ukur variabel nilai perusahaan menggunakan satuan pengukuran berupa desimal dan skala pengukuran variabel berupa rasio dengan rumus yang digunakan sebagai

berikut:

$$PBV = \frac{\text{Stock Market Price}}{\text{Book Value}} \times 100\%$$

Return on Asset (ROA) menjadi alat untuk mengukur Profitabilitas dapat menjelaskan dan mencerminkan kesanggupan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan seluruh aset yang dimilikinya. Pengukuran profitabilitas menggunakan satuan pengukuran berupa desimal dan skala pengukuran variabel berupa rasio dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Adapun ukuran perusahaan diaproksimasi dengan menggunakan *LN Asset* untuk meminimalkan lonjakan data yang tidak perlu. Pengukuran ukuran perusahaan dihitung dengan satuan pengukuran berupa desimal dan skala pengukuran variabel berupa rasio dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Total Aset}$$

Sedangkan, pengukuran Tanggung Jawab Sosial (CSR) memanfaatkan CSRD (Corporate Social Responsibility Disclosure Index) yang diungkapkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) 4.0. Perhitungan CSR dalam penelitian ini dihitung dengan menganalisis instrument item CSR yang diberi skor 1 apabila dinyatakan dalam laporan dan skor 0 apabila tidak dinyatakan. Sehingga, nilai tersebut akan diakumulasikan untuk memperoleh total nilai item CSR pada perusahaan. Satuan pengukuran berupa desimal dan skala pengukuran variabel berupa rasio dengan rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum XIJ}{N}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

UJI NORMALITAS

Table 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.41763590
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.042
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Pada hasil tersebut, diketahui Asymp. Sig. sebesar $0,200 > 0,050$. Menampilkan semua variabel berdistribusi normal dalam penelitian ini.

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Table 2. Hasil uji regresi linier berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.590	.366		1.611	.113		
	Profitabilitas	4.712	1.887	.319	2.497	.016	.962	1.039
	Ukuran Perusahaan	-.029	.030	-.124	-.944	.349	.908	1.101
	CSR	-.039	.254	-.020	-.154	.878	.920	1.087

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Pada tabel tersebut dapat diketahui model persamaan regresi pada penelitian ini yaitu:

$$Y = 0,590 + 4,712X_1 - 0,029X_2 - 0,039X_3 + e$$

Persamaan tersebut diartikan bahwa nilai konstanta adalah 0,590, yang menandakan jika nilai dari ketiga variabel dianggap nol, nilai perusahaan akan bertambah sebesar 0,590. Koefisien X_1 adalah 4,712, menunjukkan korelasi positif antara profitabilitas dan *firm value*; apabila profitabilitas meningkat, nilai perusahaan ikut bertambah sebesar 4,712. Koefisien X_2 adalah -0,029, menandakan korelasi negatif antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan; sehingga ukuran perusahaan yang naik, maka nilai perusahaan turun sebesar 0,029. Sedangkan koefisien X_3 adalah 0,039, menunjukkan korelasi negatif CSR dengan *firm value*, jika pelaporan CSR naik, maka *firm value* turun sebesar 0,039.

UJI F (Goodnes of Fit)

Table 3. Hasil Uji F - Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.971	3	.324	1.761	.165 ^b
	Residual	10.291	56	.184		
	Total	11.261	59			

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Hal ini menunjukkan angka signifikansi pada uji F - ANOVA senilai 0,165 dan berdasarkan jumlah data (n) dan variabel independen (k) dalam penelitian ini, maka $n=60$, dan $k=3$ menunjukkan nilai F_{tabel} sebesar 2,766. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,165 yang lebih besar dari nilai ambang batas signifikansi 0,05, serta F_{hitung} sebesar 1,761 yang lebih kecil dari F_{tabel} sebesar 2,766, dapat diartikan bahwa variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini tidak memiliki kontribusi secara simultan pada variabel terikat.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Uji R^2 digunakan sebagai alat ukur sejauh mana kemampuan untuk menjelaskan perbedaan dari variabel dependen yang ada, serta menjelaskan bagaimana perilaku variabel bebas mempengaruhi perbedaan nilai variabel terikat.

Table 4. Hasil uji R2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.367 ^a	.135	.087	.34831	2.097

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Dari tabel tersebut, nilai R2 (R Square) dalam model ini yakni $0,135 < 0,500$. Diartikan bahwa variabel bebas tidak memiliki keterkaitan yang erat dengan variabel dependen, dan hanya sekitar 13,5% dari variasi nilai perusahaan yang dapat dipengaruhi oleh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Corporate Social Responsibility (CSR). Sisanya, sekitar 86,5% variasi nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

UJI T (PENGUJIAN PARSIAL)

Table 5. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	.590	.366		1.611	.113
	Profitabilitas	4.712	1.887	.319	2.497	.016
	Ukuran Perusahaan	-.029	.030	-.124	-.944	.349
	CSR	-.039	.254	-.020	-.154	.878

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2024)

Hasil uji t yang tercantum dalam tabel, nilai signifikansi t untuk variabel profitabilitas yakni $0,016 < 0,050$, dan t hitungannya sebesar 2,497, melebihi nilai 2,003. Hal ini diartikan profitabilitas berkontribusi signifikan pada *firm value*. Lalu ukuran perusahaan, menghasilkan skor sig adalah $0,349 > 0,050$, dan t hitungannya yakni $0,944 < 2,003$. Oleh karena itu, *firm value* tidak terpengaruh karena ukuran perusahaan. Variabel CSR menunjukkan skor sig. sebesar $0,878 > 0,050$. Namun, t hitungannya adalah $-0,154 < 2,003$. Ini mengindikasikan bahwa CSR tidak berkontribusi signifikan pada *firm value*.

PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Dari pengujian sebelumnya, diketahui nilai signifikansi pada variabel

profitabilitas dalam mempengaruhi nilai perusahaan menunjukkan nilai sig. 0,016 < 0,050 yang dapat diartikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini mengimplikasikan bahwa perusahaan properti & real estate pada BEI tahun 2019-2022, yang memiliki kemampuan untuk mendapatkan keuntungan tinggi, akan mengalami kenaikan pada nilai perusahaan. Teori Amro & Asyik (2021) mendukung hal ini dengan menyatakan bahwa tingginya laba perusahaan meningkatkan nilai perusahaan, karena investor menginginkan deviden tinggi. Rasio profitabilitas yang tinggi juga menunjukkan efisiensi manajemen aset, potensi pertumbuhan, dan daya tarik investor.

UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Dari pengujian sebelumnya, diketahui nilai signifikansi untuk variabel profitabilitas dalam mempengaruhi nilai perusahaan adalah 0,349 > 0,050. Diartikan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan pernyataan Putri & Gantino (2021) yang menekankan bahwa prospek perusahaan lebih penting daripada ukurannya dalam menarik investor, karena kinerja perusahaan dalam laporan keuangannya yang menjadi fokus. Hal ini tidak sesuai dengan *teori signaling* yaitu menyebutkan bahwa informasi asimetri berupa sinyal baik (good news) yang diberikan oleh perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini merupakan kebaharuan yang ditemukan dalam riset ini yang berbeda dengan riset sebelumnya.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Hasil sebelumnya, diketahui signifikansi CSR sebesar 0,878 > 0,050. Hal ini menggambarkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh CSR. Sebagaimana dikemukakan oleh Negara (2019), investor lebih fokus pada capital gain dan deviden tanpa memperhitungkan keberlangsungan jangka panjang perusahaan, sedangkan CSR merupakan strategi jangka panjang untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, aktivitas CSR yang dilaporkan oleh perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Pernyataan tersebut tidak sesuai dengan pernyataan teori stakeholder yakni nilai perusahaan meningkat pesat karena adanya dorongan dari para stakeholder. Hal ini berbeda dengan riset sebelumnya dimana menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berdampak pada nilai perusahaan, sehingga temuan baru ini menjadi kebaharuan dalam riset model ini.

KESIMPULAN

Menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas, *firm size*, serta CSR pada *firm value* property & real estat di BEI tahun 2019-2022 menjadi tujuan pada penelitian ini. Hasil analisis memperlihatkan bahwa profitabilitas mempengaruhi *firm value* property & real estat di BEI selama tahun tersebut. Sementara itu, nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan CSR pada properti dan real estat yang sama selama periode tersebut.

Untuk penelitian berikutnya, disarankan untuk memperkaya analisis dengan memasukkan variabel-variabel tambahan yang memiliki keterkaitan yang kuat dengan variabel yang telah diteliti sebelumnya. Selain itu, memperluas cakupan sampel dan rentang waktu penelitian dapat meningkatkan validitas dan generalisabilitas temuan. Variabel yang tidak menunjukkan signifikansi dalam penelitian ini juga layak untuk dieksplorasi lebih lanjut menggunakan pendekatan atau metode pengukuran yang alternatif, dengan harapan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amro, P. Z. N., & Asyik, N. F. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1(1), 1–20. <https://doi.org/10.30595/raar.v1i1.11720>
- Dhamayanti, S. K. (2021). Analisis Implementasi Tanggung Jawab Sosial Berbasis Stakeholder Pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit. *Jurnal Bisnis, Logistik dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 1(2), 86–96. <https://doi.org/10.55122/blogchain.v1i2.330>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 26 (10th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Heliani, Nur Hidayah K Fadhilah, & Meutia Riany. (2023). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 16–31. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.177>
- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 174–191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Indrarini, S. (2019). Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Corporate & Kebijakan Perusahaan). In N. Azizah (Ed.), *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba* (1st ed.). Scopindo Media Pustaka.
- Kharouf, H., Lund, D. J., Krallman, A., & Pullig, C. (2020). A signaling theory

- approach to relationship recovery. *European Journal of Marketing*, 54(9), 2139–2170. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2019-0751>
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 17–25.
- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 18(1), 01–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/balance.v18i1>
- Muhamad, D. (2019). Development and transformation of digital technology. *Infokam*, XV(II), 116–123. <https://doi.org/https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>
- Negara, I. K. (2019). Analisis pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabelpemoderasi (studi pada indeks sri-kehatiyang listed di BEI). *Jmm Unram-Master of Management Journal*, 8(1), 46-61.
- Prakosa, D. J., & Muharam, H. (2022). The Influence of Liquidity, Firm Size And Profitability on Company Value Mediated by Leverage of Companies Listed on idx. *Proceeding of 2nd International Conference on Research and Development (ICORAD)*, 71–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.47841/icorad.v1i2.60>
- Purwanti, D. (2021). Determinasi Kinerja Keuangan Perusahaan: Analisis Likuiditas, Leveragedan Ukuran Perusahaan (Literatue Review Manajemen Keuangan). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 692–698. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5>
- Putri, K. A. T., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh GCG, CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 14(2), 156-169.
- Safira, F., & Widajantie, T. D. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2019). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14 (1), 103. <https://doi.org/https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.374>
- Sululing, S., & Sandangan, S. (2020). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Return Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia). *Kompartemen:*

- Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 17(1), 1–9.
<https://doi.org/10.30595/kompartemen.v17i1.4681>
- Yulianto, & Widyasasi. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(Vol. 2 No. 2 (2020): April 2020), 576–585.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jpa.v2i2.7622>
- Zahara, F. A., & Harahap, L. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Risiko Pasar, Profitabilitas, Umur Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Energi Yang Terdaftar di BEI Periode 2013 -2020). *Trilogi Accounting And Business Research*, 03(01), 149–266.
- Zam Zam, F. M., Haliah, & Kusumawati, A. (2021). Analysis of the Influence of Company Size and Profitability on Company Value. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 2(9), 3611–3620.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i9.6123>