

MANIFESTASI ECO-ECONOMY NILAI PERUSAHAAN: KONTRIBUSI PROFITABILITAS, GROWTH OPPORTUNITY, MEDIA EXPOSURE, DAN KINERJA LINGKUNGAN

Bernadetha Desy Anugraheni¹, Umi Hanifah²

¹ Universitas Duta Bangsa Surakarta, E-mail: bernadetha1212@gmail.com

² Universitas Duta Bangsa Surakarta, E-mail: umihanifah@udb.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Article History</p> <p>Received: Revised: Published:</p> <p>Keywords Firm Value, Profitability, Growth Opportunity, Media Exposure, Environmental Performance</p>	<p><i>This study aims to analyze the influence of profitability, growth opportunity, media exposure, and environmental performance on firm value, considering the dynamics of the Indonesian capital market and the growing attention to sustainability aspects. The analysis was conducted using a quantitative approach with secondary data from industrial sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The results indicate that profitability significantly affects firm value, while growth opportunity, media exposure, and environmental performance have no significant effect. The findings suggest that investors still tend to focus on financial indicators when making investment decisions. Nevertheless, non-financial aspects such as environmental management and media communication remain strategically important in supporting the company's long-term reputation. Therefore, companies are encouraged to improve profitability while also enhancing information transparency and environmental performance as a form of commitment to sustainable business practices.</i></p>

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Riwayat Artikel</p> <p>Diterima: Direvisi Dipublikasikan:</p> <p>Kata Kunci Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Growth Opportunity, Media Exposure, Kinerja Lingkungan</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh <i>profitabilitas, growth opportunity, media exposure</i>, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan, dengan mempertimbangkan dinamika pasar modal Indonesia dan meningkatnya perhatian terhadap aspek keberlanjutan. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil pengujian, <i>profitabilitas</i> terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>growth opportunity, media exposure</i>, dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa investor masih cenderung berfokus pada indikator keuangan dalam pengambilan keputusan investasi. Meski demikian, aspek non-keuangan seperti pengelolaan lingkungan dan komunikasi melalui media tetap memiliki nilai strategis untuk mendukung reputasi jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas, diikuti dengan memperkuat transparansi informasi dan kinerja lingkungan sebagai bentuk komitmen terhadap keberlanjutan usaha.</p>

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator utama yang mencerminkan kondisi perekonomian suatu negara dari waktu ke waktu (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi bersifat fluktuatif dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi global, kebijakan pemerintah, konsumsi domestik, dan investasi (Yeisa & Rani, 2020). Investasi menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi karena mendukung kapasitas produksi perusahaan (Alvaro, 2021). Tantangan muncul ketika perusahaan sulit menarik minat investor, yang pada dasarnya mempertimbangkan nilai perusahaan sebagai tolok ukur potensi keuntungan jangka panjang (Mumpuni, 2021).

Nilai perusahaan menjadi fokus utama bagi investor karena mencerminkan kinerja dan prospek jangka panjang. Harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan yang baik, dan sebaliknya (Moniaga, 2013). Kondisi pasar modal yang semakin kompetitif, perusahaan perlu memaksimalkan nilai tersebut untuk menarik investor (Wijaya & Sedana, 2015). Fenomena di

Indonesia menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan *go public* berhasil meningkatkan nilai perusahaannya, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhinya.

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (Meidiawati & Mildawati, 2016). Investor menilai *profitabilitas* sebagai indikator kinerja keuangan dan dasar pembagian dividen. Penelitian sebelumnya menghasilkan hasil penelitian yang tidak konsisten, seperti yang disampaikan Palupi (2019) bahwa *profitabilitas* tidak selalu berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain *profitabilitas*, *growth opportunity* juga menjadi perhatian investor karena menggambarkan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan (Dewi & Sudiarta, 2017). Perusahaan dengan *growth opportunity* yang tinggi dianggap memiliki prospek bisnis yang menjanjikan dan mampu meningkatkan harga saham. Namun, dalam praktiknya, tidak semua pertumbuhan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan, sehingga hubungan keduanya masih perlu ditelusuri lebih lanjut.

Media *exposure* menjadi saluran komunikasi strategis perusahaan dalam menyampaikan informasi kepada investor dan publik (Sari, 2021). *Eksposur* media yang positif diharapkan mampu memperkuat reputasi dan menjadi sinyal yang meningkatkan kepercayaan investor. Teori sinyal yang mendasari hubungan ini belum sepenuhnya terbukti, karena sebagian besar penelitian lebih fokus pada citra perusahaan daripada dampaknya terhadap nilai perusahaan.

Penelitian akan menguji bagaimana jika selain faktor keuangan, aspek non-keuangan seperti kinerja lingkungan juga mulai diperhatikan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Penilaian terhadap kinerja lingkungan melalui PROPER mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap kelestarian lingkungan (Suratno dkk., 2007).

Perusahaan selain memprioritaskan keberlanjutan usaha, perusahaan juga perlu memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan serta menjaga lingkungan tempat operasional dijalankan. Upaya menjaga kelestarian lingkungan dapat menjadi strategi untuk mengoptimalkan keuntungan, sehingga pencapaian kinerja keuangan dan pelestarian lingkungan dapat berjalan secara selaras dalam mewujudkan keberlanjutan perusahaan jangka panjang

2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian yaitu apakah profitabilitas, growth opportunity, media exposure, dan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, growth opportunity, media exposure, dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.

B. Tinjauan Pustaka

1. Landasan Teori

Teori stakeholder

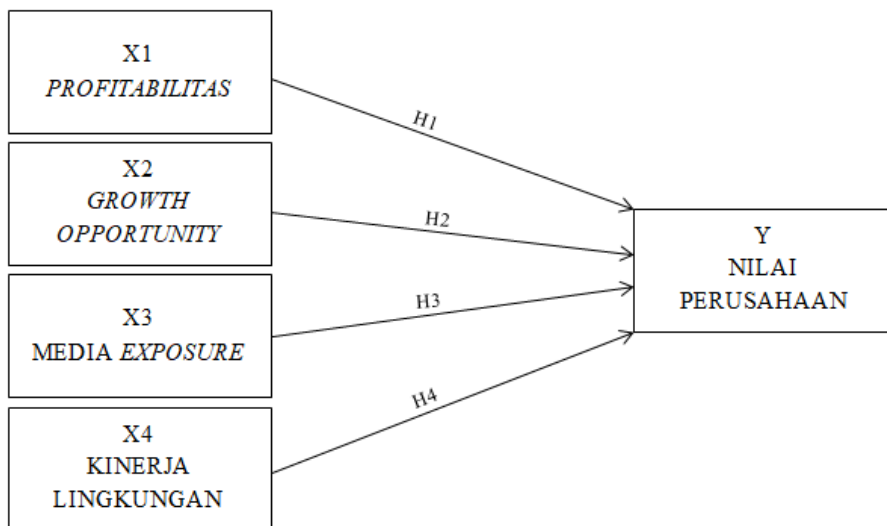
Teori *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan seluruh pihak yang terlibat atau terdampak oleh operasionalnya, seperti pemegang saham, karyawan, pelanggan, dan masyarakat (Freeman, 1984). Keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh keuntungan finansial, tetapi juga oleh kemampuannya memenuhi harapan stakeholder (Clarkson, 1995). Komunikasi yang efektif dengan stakeholder, termasuk melalui media sosial, dapat meningkatkan kepercayaan dan mendukung peningkatan nilai perusahaan (Anggraeni & Budiasih, 2016).

Teori sinyal

Teori sinyal menjelaskan bahwa pengungkapan informasi oleh perusahaan berperan dalam membentuk persepsi pasar dan stakeholder terhadap kinerja serta prospek perusahaan (Spence, 1973). Informasi yang disampaikan, seperti laporan keuangan, laporan tahunan, dan keberlanjutan, menjadi sinyal untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan investor (Ross, 1977). Sinyal positif, seperti peningkatan laba atau kepedulian lingkungan, dapat meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada naiknya nilai perusahaan (Verrecchia, 2001). Selain itu, pengungkapan melalui media terkait keberlanjutan dan tanggung jawab sosial turut membentuk citra perusahaan yang positif di mata publik (Yang & Kankanhalli, 2014).

2. Kerangka Penelitian

Gambar 1
Kerangka Penelitian



a. Pengembangan Hipotesis

1) Pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan menjadi indikator efisiensi kinerja keuangan. Investor memandang *profitabilitas* tinggi sebagai sinyal positif atas prospek laba di masa depan, yang meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar modal (Savitri & Suwaidi, 2024). Teori *stakeholder* mendukung bahwa *profit* memungkinkan perusahaan memenuhi tanggung jawab kepada seluruh pemangku kepentingan, memperkuat reputasi dan kepercayaan publik (Heriansyah, 2024). Efisiensi dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan laba berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Aprelia & Pernamasari, 2024).
H1: *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2) Pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan

Growth opportunity memberikan sinyal kepada pasar bahwa perusahaan memiliki prospek ekspansi, inovasi, dan penciptaan laba jangka panjang. Investor cenderung memberikan penilaian tinggi terhadap perusahaan yang berpotensi berkembang (Dewi, 2018). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa pengelolaan *growth opportunity* tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga menciptakan nilai bagi pemangku kepentingan (Ramdhonah dkk., 2019). Perusahaan yang berhasil mengoptimalkan peluang pertumbuhan akan lebih dihargai oleh pasar (Ramadhanti & Cipta, 2022).

H2: *Growth opportunity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3) Pengaruh *media exposure* terhadap nilai perusahaan

Media exposure memperluas jangkauan informasi perusahaan ke publik, yang berdampak pada persepsi pasar terhadap kinerja dan reputasi perusahaan. *Media exposure* yang positif meningkatkan kepercayaan investor, sementara eksposur negatif dapat merusak citra dan nilai perusahaan (Sari, 2021). Teori sinyal menjelaskan bahwa informasi publik menjadi sinyal yang digunakan investor untuk menilai kredibilitas dan prospek perusahaan. *Media exposure* yang efektif memperkuat posisi perusahaan di mata publik dan meningkatkan nilainya (Wang et al., 2018).

H3: *Media exposure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4) Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan

Kinerja lingkungan yang baik mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan meningkatkan kepercayaan investor. Perusahaan dengan praktik lingkungan yang bertanggung jawab lebih mudah mendapatkan dukungan dari pasar dan

pemangku kepentingan (Fadillah, 2019). Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa pemenuhan tanggung jawab lingkungan akan memperkuat hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan dan menciptakan reputasi yang positif. Reputasi yang baik pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Sukmawati, 2023).

H4: Kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

C. Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup dan Jenis Penelitian

Penelitian berfokus pada analisis hubungan antara profitabilitas, growth opportunity, dan media exposure terhadap nilai perusahaan dengan kinerja lingkungan sebagai variabel intervening. Ruang lingkup terbatas pada perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019–2024. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel melalui analisis statistik.

2. Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan www.menlhk.go.id dan Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id, berupa *annual report*, *sustainability report*, serta surat keputusan PROPER dari KLHK periode 2019–2024 yang tersedia secara publik.

3. Populasi, Metode Sampling, dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor industri yang terdaftar di BEI pada tahun 2019–2024, dengan total 67 perusahaan dalam 6 tahun observasi, menghasilkan 402 data observasi. Penentuan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti agar data relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini antara lain:

- a. Perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2024.
- b. Perusahaan sektor industri yang telah melakukan IPO sebelum atau pada tahun 2019.
- c. Perusahaan sektor industri yang mengeluarkan laporan keuangan dalam bentuk rupiah periode selama periode 2019-2024. Perusahaan sektor industri yang menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan selama periode 2019-2024.
- d. Perusahaan sektor industri yang terdaftar sebagai peserta PROPER.

4. Definisi Operasional Tabel

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1
Definisi Operasional Tabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran
1	<i>Profitabilitas</i> (Sudiyatno et al., 2021)	Kemampuan perusahaan menghasilkan laba perusahaan dalam satu periode tertentu.	$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$
2	<i>Growth Opportunity</i> (Andreas et al., 2017)	Peluang pertumbuhan perusahaan di masa mendatang	(Pendapatan tahun n) – $\frac{(\text{Pendapatan tahun } n - 1)}{\text{Pendapatan tahun } n - 1} \times 100\%$
3	<i>Media Exposure</i> (Puspita Sari, 2021)	Pengungkapan nilai baik perusahaan melalui media perusahaan	Nilai 0 = Tidak Mengungkapkan Kinerja Lingkungan Nilai 1 = Mengungkapkan Kinerja Lingkungan

4	Kinerja Lingkungan (Wulandari & Kiswanto, 2016)	Pencapaian perusahaan mengelola masalah lingkungan sebagai perusahaan	Peringkat PROPER 5 = Emas 4 = Hijau 3 = Biru 2 = Merah 1 = Hitam
---	---	---	---

Sumber : Diolah penulis, 2025

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan secara tidak langsung melalui studi dokumentasi, yakni dengan menelaah dokumen resmi perusahaan berupa annual report, sustainability report, serta dokumen PROPER dari KLHK yang diperoleh melalui situs resmi masing-masing perusahaan, KLHK, dan BEI.

6. Teknik Analisis Data

- a. Statistik Deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk menyederhanakan dan menggambarkan karakteristik data dalam bentuk ringkasan numerik sehingga peneliti dapat melihat pola, tren, serta distribusi data secara umum tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi.
- b. Uji Asumsi Klasik. Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat statistik agar hasil analisis akurat dan tidak bias. Pengujian mencakup normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, yang seluruhnya bertujuan menghindari pelanggaran asumsi dasar dalam analisis regresi linear.
 - 1) Uji Normalitas. Uji normalitas bertujuan mengevaluasi apakah data residual terdistribusi normal, menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov. Distribusi dikatakan normal jika nilai Asymp. Sig. > 0,05 dan tidak normal jika ≤ 0,05, untuk memastikan kelayakan data dalam analisis regresi.
 - 2) Uji Multikolinearitas. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen, dengan menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Model dikatakan bebas multikolinearitas jika VIF < 10 dan Tolerance > 0,1.
 - 3) Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan mengidentifikasi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual, yang dilakukan menggunakan uji Spearman's Rho. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas, dan jika > 0,05 maka tidak ada.
 - 4) Uji Autokorelasi. Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi apakah residual saat ini berkorelasi dengan residual sebelumnya. Penelitian ini menggunakan Runs Test dengan interpretasi bahwa nilai Asymp. Sig. > 0,05 menunjukkan tidak adanya autokorelasi.
- c. Uji Hipotesis
 - 1) Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Terdapat dua persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + e_1$$
 - 2) Uji Koefisien Determinasi (R²). Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R² mendekati 1 menunjukkan kemampuan model yang sangat baik, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan kelemahan model dalam menjelaskan variabel dependen.
 - 3) Uji Statistik F (Simultan). Uji F digunakan untuk menguji signifikansi model secara simultan, yaitu apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Model dianggap signifikan jika nilai p < 0,05.
 - 4) Uji Statistik t (Parsial). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil dianggap signifikan secara parsial jika p-value < 0,05.

D. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Deskripsi Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor industrial yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2024 sejumlah 67 perusahaan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka dapat diperoleh data sampel sebagai berikut :

Tabel 2

Data Penelitian

No	Keterangan	Jumlah Data
1	Perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2024.	67
2	Perusahaan sektor industri yang belum melakukan IPO sebelum tahun 2019.	(19)
3	Perusahaan sektor industri yang tidak menggunakan mata uang rupiah dalam laporan keuangan.	(1)
4	Perusahaan sektor industri yang tidak konsisten menerbitkan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan selama periode 2019-2024.	(11)
5	Perusahaan sektor industri yang tidak terdaftar sebagai peserta PROPER.	(23)
Sampel perusahaan yang memenuhi kriteria		13
Total data penelitian (13 x 6)		78

Sumber : Diolah penulis, 2025

Dari 67 perusahaan dapat diperoleh sebanyak 13 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel. Pengamatan dilakukan selama 6 tahun, sehingga total data penelitian didapatkan 78 data analisis.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif data penelitian disajikan sebagai berikut:

Tabel 3

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	81	-2,66	1,71	-,3430	,85840
<i>Profitabilitas</i>	62	-2,81	3,60	1,8071	1,31086
<i>Growth Opportunity</i>	45	-,54	4,02	2,4769	1,04148
<i>Media Exposure</i>	81	,00	1,00	,7778	,41833
Kinerja Lingkungan	81	,00	5,00	2,7778	1,10680
Valid N (listwise)	39				

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil analisis diatas, maka diperoleh analisis statistik deskriptif sebagai berikut :

Variabel nilai perusahaan dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum -2,66 sedangkan nilai maksimum sebesar 1,71, nilai rata rata variabel nilai perusahaan sebesar -0,3430 dan standar deviasi sebesar 0,85840.

Variabel *profitabilitas* dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum -0,281 sedangkan nilai maksimum sebesar 3,60, nilai rata rata variabel profitabilitas sebesar 1,8071 dan standar deviasi sebesar 1,31086.

Variabel *growth opportunity* dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum -0,54 sedangkan nilai maksimum sebesar 4,02, nilai rata rata variabel *growth opportunity* sebesar 2,4769 dan standar deviasi sebesar 1,04148.

Variabel *media exposure* dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum 0,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 1,00, nilai rata rata variabel *media exposure* sebesar 0,7778 dan standar deviasi sebesar 0,41833.

Variabel kinerja lingkungan dari data tersebut dideskripsikan bahwa nilai minimum 0,00 sedangkan nilai maksimum sebesar 5,00, nilai rata rata variabel kinerja lingkungan sebesar 2,7778 dan standar deviasi sebesar 1,10680.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 4

Uji One Sample Kolmogrov Smirnov

Dasar Pengambilan Keputusan	Hasil Penelitian
Nilai <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> > 0,05	0,200 > 0.05

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Hasil pengujian didapatkan Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 yang lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinearitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 5

Uji VIF dan Tolerance

Dasar Pengambilan Keputusan		Hasil Penelitian		
	Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Nilai Tolerance > 0,1 Nilai VIF < 10	<i>Profitabilitas</i>	0,354	2,829	Bebas Multikolinearitas
	<i>Growth Opportunity</i>	0,816	1,225	Bebas Multikolinearitas
	<i>Media Exposure</i>	0,385	2,600	Bebas Multikolinearitas
	<i>Kinerja Lingkungan</i>	0,440	2,274	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Hasil uji VIF dan uji Tolerance didapatkan kesimpulan data penelitian telah terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 6

Uji Spearman's Rho

Dasar Pengambilan Keputusan		Hasil Penelitian	
	Variabel	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Nilai Sig. (2-tailed) > 0,05	<i>Profitabilitas</i>	0,800	Bebas Heteroskedastisitas
	<i>Growth Opportunity</i>	0,597	Bebas Heteroskedastisitas
	<i>Media Exposure</i>	0,967	Bebas Heteroskedastisitas
	<i>Kinerja Lingkungan</i>	0,914	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Hasil uji Spearman's Rho didapatkan kesimpulan data penelitian telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Hasil pengujian autokorelasi disajikan sebagai berikut:

Tabel 7

Uji Runs Test

Dasar Pengambilan Keputusan	Hasil Penelitian
Nilai <i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i> > 0,05	0,195 > 0.05

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Hasil pengujian didapatkan Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data telah terbebas dari gejala autokorelasi.

Uji Hipotesis

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian analisis regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 8

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan	$Y = \alpha + \beta_4.Z + \beta_5.X_1 + \beta_6.X_2 + \beta_7.X_3 + e_2$
Linier	$Y = 0,194 - 0,079KL + 0,616P - 0,255GO - 0,864ME + e_2$

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Uji Koefisien determinasi (R²)

Hasil pengujian koefisien determinasi (R²) disajikan sebagai berikut:

Tabel 9

Uji Koefisien Determinasi

Dasar Pengambilan Keputusan	Hasil Penelitian
Nilai Adjusted (R ²) Semakin mendekati 1, semakin baik variabel independen berkontribusi terhadap dependen.	0,338 (33,8%)
	Variabel <i>profitabilitas</i> , <i>growth opportunity</i> , <i>media exposure</i> , dan kinerja lingkungan berkontribusi sebesar 33,8% terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Uji F (simultan)

Hasil pengujian F (simultan) disajikan sebagai berikut:

Tabel 10

Uji F

Dasar Pengambilan Keputusan	Hasil Penelitian
Nilai Signifikansi < 0,05	0,001 < 0.05

Sumber : Diolah dari SPSS 25, 2025

Hasil pengujian didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *profitabilitas*, *growth opportunity*, *media exposure* dan kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara simultan.

Uji t (Parsial)

Hasil pengujian t (Parsial) disajikan sebagai berikut:

Tabel 11

Uji t

Persamaan 2		Hasil Penelitian	
Dasar Pengambilan Keputusan	Variabel	Signifikansi	Kesimpulan
Nilai Signifikansi < 0,05	<i>Profitabilitas</i>	0,003	Berpengaruh
	<i>Growth Opportunity</i>	0,074	Tidak Berpengaruh
	<i>Media Exposure</i>	0,132	Tidak Berpengaruh
	Kinerja Lingkungan	0,704	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data Diolah SPSS 25, 2025

Hasil uji t didapatkan kesimpulan bahwa variabel *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *growth opportunity*, *media exposure* dan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pembahasan

a. Pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas* merupakan indikator penting yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berkelanjutan, yang menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan (Prayitno dkk., 2022). *Profitabilitas* yang tinggi meningkatkan daya tarik investasi dan potensi dividen yang lebih besar bagi pemegang saham (Ramdhonah et al., 2019), yang pada akhirnya mendorong kenaikan harga saham dan nilai perusahaan. Perusahaan dengan *profitabilitas* tinggi cenderung memiliki nilai pasar yang lebih

tinggi karena mencerminkan stabilitas keuangan dan prospek pertumbuhan yang baik (Savitri & Suwaidi, 2024).

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan yang mengelola *profitabilitas* dengan baik dapat memenuhi kewajiban kepada pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, dan masyarakat, serta meningkatkan reputasi perusahaan (Heriansyah, 2024). *Profit* yang tinggi dapat memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan dan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan di pasar (Fadillah, 2019). Hasil penelitian konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprelia dan Pernamasari (2024) serta Wang (2023), yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi *profitabilitas*, semakin tinggi pula nilai perusahaan (Alamsyah, 2024).

b. Pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tinggi rendahnya *growth opportunity* tidak secara langsung meningkatkan kepercayaan investor atau harga saham (Hergianti & Retnani, 2020). Pengukuran *growth opportunity* melalui pertumbuhan pendapatan hanya mencerminkan potensi ekspansi, namun belum mencerminkan kondisi keuangan aktual karena belum memperhitungkan biaya operasional dan beban lainnya (Dewi, 2018). Hasil penelitian tidak sejalan dengan teori *stakeholder*, yang mengasumsikan bahwa peningkatan *growth opportunity* dapat memberikan nilai tambah perusahaan karena dalam praktiknya investor justru bersikap lebih hati-hati terhadap perusahaan dengan *growth opportunity* tinggi yang cenderung membutuhkan pendanaan besar untuk ekspansi (Pratiwi & Muthohar, 2021).

Investor umumnya lebih mempertimbangkan aspek *profitabilitas*, kestabilan laba, efisiensi operasional, dan pembagian dividen dibandingkan hanya melihat potensi pertumbuhan. *Growth opportunity* yang tidak diiringi dengan efisiensi dan kestabilan keuangan dapat menimbulkan persepsi negatif, terutama jika perusahaan menahan laba demi pembiayaan internal. Hal ini dapat menyebabkan masalah underinvestment yang menurunkan daya tarik perusahaan di mata investor (Mergie & Melinda, 2024). Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Amelia dan Riharjo (2021) serta Nurhasanah dan Napisah (2024), yang menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian bertentangan dengan penelitian Ramadhanti dan Cipta (2022) serta Uri dkk. (2021), yang menyatakan sebaliknya.

c. Pengaruh media *exposure* terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa media *exposure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wahidahwati (2021) serta Saputri dkk. (2023), yang menunjukkan bahwa *eksposur* media belum menjadi faktor utama dalam memengaruhi persepsi investor. Informasi yang disampaikan melalui media, seperti pemberitaan kegiatan perusahaan atau pencapaian bisnis, belum cukup kuat untuk meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham atau nilai pasar (Majid dkk., 2021). Investor cenderung lebih fokus pada faktor fundamental seperti *profitabilitas* dan prospek keuntungan jangka panjang, dibandingkan dengan informasi non-keuangan yang disampaikan melalui media (Amira & Siswanto, 2022).

Hasil penelitian tidak sejalan dengan teori *stakeholder* dan teori sinyal yang mengasumsikan bahwa *eksposur* media dapat menjadi sinyal positif dalam pengambilan keputusan investasi. Realita yang ada menunjukkan sebagian besar investor masih berorientasi pada analisis teknikal dan indikator keuangan, serta belum menjadikan media sebagai sumber utama informasi dalam menilai nilai perusahaan (Julekhah & Rahmawati, 2019). Ketidakkonsistenan perusahaan dalam menyampaikan informasi penting melalui media turut mengurangi efektivitas media *exposure* sebagai sinyal yang dapat diandalkan (Cahya Utami, 2019). Hasil penelitian juga bertentangan dengan penelitian Sari (2021) dan Wang et al. (2018), yang menyatakan bahwa media *exposure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

d. Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian menunjukkan kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Avelyn dan

Syofyan (2023), Putuhena dkk. (2023), serta Supriadi (2023), yang menunjukkan bahwa peringkat kinerja lingkungan, baik tinggi maupun rendah, tidak memiliki dampak langsung terhadap nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham atau nilai pasar (Masruroh, 2018). Penilaian kinerja lingkungan yang diukur melalui PROPER memang mencerminkan kepatuhan terhadap standar pengelolaan lingkungan, namun belum menjadi faktor utama dalam pertimbangan investasi oleh investor (Uy & Hendrawati, 2020). Perusahaan yang memperoleh peringkat PROPER biru atau lebih tinggi belum tentu mengalami peningkatan nilai pasar, karena aspek lingkungan belum menjadi fokus utama dalam evaluasi kelayakan investasi (Sawitri & Setiawan, 2019).

Hasil penelitian tidak sejalan dengan teori *stakeholder*, yang menekankan pentingnya peran pemangku kepentingan dalam mendukung praktik keberlanjutan. Kenyataannya, dukungan terhadap aspek lingkungan masih rendah karena investor lebih berorientasi pada kinerja keuangan dan keuntungan jangka pendek (Yuniawati, 2022). Informasi terkait PROPER tidak selalu dipublikasikan secara terbuka dalam laporan tahunan maupun laporan keberlanjutan, sehingga membatasi akses investor dalam mengevaluasi kinerja lingkungan (Kamiliya & Aliamin, 2022). Biaya besar yang dikeluarkan untuk kegiatan lingkungan juga dianggap dapat menekan margin keuntungan, sehingga tidak selalu dipandang menguntungkan dalam jangka pendek. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Sukmawati (2023) dan Cai et al. (2024), yang menyatakan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

E. Simpulan

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *growth opportunity*, *media exposure*, dan kinerja lingkungan tidak menunjukkan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa investor masih cenderung mempertimbangkan faktor keuangan dalam pengambilan keputusan investasi dibandingkan aspek non-keuangan. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan *profitabilitas* sebagai strategi utama dalam menarik investor, tanpa mengesampingkan pentingnya pengelolaan lingkungan dan komunikasi yang transparan melalui media. Penguatan aspek non-keuangan tetap diperlukan dalam jangka panjang untuk mendukung reputasi dan keberlanjutan perusahaan di tengah meningkatnya kesadaran pasar terhadap isu lingkungan dan tanggung jawab social.

F. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Duta Bangsa Surakarta yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada penulis untuk bisa membuat sebuah karya tulis berdasarkan ide dan gagasan penulis sehingga artikel ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Duta Bangsa Surakarta yang telah menjadi fasilitator antara penulis dengan pihak universitas selama proses penulisan dan penyusunan artikel ilmiah. Terimakasih penulis ucapkan kepada Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mendampingi seluruh proses penyusunan artikel ilmiah ini sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel dengan sebaik-baiknya.

G. Referensi

- Alvaro, R. (2021). Pengaruh Investasi, Tenaga Kerja, Serta Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Budget*, 6(1), 114–131.
- Alamsyah, B. U. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(3), 2184–2192.
- Amelia, B., & Riharjo, I. B. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Dan Growth.
- Amira, A., & Siswanto, S. (2022). Pengaruh Penerapan Akuntansi Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(1S), 200–210.
- Anggraeni, N. L. P. M., & Budiasih, I. G. A. N. (2016). "Peran Media exposure Bagi Pasar Modal Indonesia," *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*.

- Aprilia, S., & Pernamasari, R. (2024). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 8(2), 27.
- Avelyn, N., & Syofyan, E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kinerja Lingkungan, dan Voluntary Disclosure terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 5(1), 214–232.
- Cahya Utami, R. L. (2019). Pengaruh Pengungkapan Ekonomi, Lingkungan Dan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Antara. *Perspektif Akuntansi*, 2(3), 269–288.
- Cai, C., Fan, M., Dong, X., & Zhang, J. (2024). The Effect of Environmental Protection-Related Media Coverage on Corporate Green Innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 16(24), 1–20.
- Chynthiawati, L., & Jonnardi, J. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(4), 1589–1599.
- Clarkson, M. E. (1995). "A Stakeholder Framework For Analyzing And Evaluating Corporate Social Performance," *Academy Of Management Review*
- Dewi, D., & Sudiarta, G. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(4), 242635.
- Dewi. (2018). Pengaruh Masalah Keagenan, Kebijakan Deviden, dan Variabel Moderasi Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan. *Management Analysis Journal*, 5(3), 244–256.
- Fadillah, H. S. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Proceedings Progress Conference*, 2(1), 238–242.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hergianti, A. N., & Retnani, E. R. (2020). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2), 1–20.
- Heriansyah, D. (2024). The Effect of Corporate Governance, Profitability, Liquidity, and Solvency on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: A Literature Review Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Literatur Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5062–5080.
- Julekhah, F., & Rahmawati, E. (2019). Pengaruh Media Exposure, Sensitivitas Industri, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Publik dan Profitabilitas Terhadap Environmental Disclosure dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 50–66.
- Kamiliya, N., & Aliamin, A. (2022). Islamic Social Reporting, Komisaris Independen, Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan: Peran Moderasi Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jii Tahun 2019-2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 7(2), 332–347.
- Majid, R., Wijayanti, A., & Nugraheni, R. (2021). Manajemen Risiko Dan Media Exposure Sebagai Pemoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan High Profile Di Indonesia. *Business Management, Economic, and Accounting National*, 2, 614–626.
- Margie, L. A., & Melinda, M. (2024). Pengaruh Green Accounting, Sales Growth Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 594–607.
- Masruroh Siti. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 9(1), 1–20
- Meidiawati, K., & Mildawati, T. (2016). Pengaruh size, growth, profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1–16.

- Moniaga, Fernandes. (2013). Struktur Modal, Profitabilitas Dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Porcelen Dan Kaca Periode 2007 - 2011. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No 4(4), Hal. 433-442
- Mumpuni, F. S. (2021). Keputusan Investasi dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 1(1), 83–96.
- Nurhasanah, I., & Napisah, N. (2024). Pengaruh Sales Growth, Kualitas Audit dan Opini Audit Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi. *Kompartemen: Jurnal Ilmiah ...*, 22(1), 157–178.
- Palupi, R. S. (2019). Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen pada Nilai Perusahaan Properti & Real Estate. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 177–185.
- Pratiwi, W. M., & Setyoningsih, S. (2017). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Sebagai Variabel Intervening. *Media Riset Akuntansi*, 4(2), 24–46.
- Prayitno, Y., Van Rate, P., & Tulung, J. E. (2022). Analisis Laporan Keuangan Dengan Menggunakan Metode Camels. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 73.
- Putuhena, H., Fauzan, R., & Zalni. (2023). Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dividend Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Cita Ekonomika Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 18(1), 26–33.
- Ramadhanti, S., & Cipta, W. (2022). Pengaruh Growth Opportunity Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Vjra*, 11(02), 203–212.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1), 67–82.
- Ross, S. A. (1977). "The Determination Of Financial Structure: The Incentive Signaling Approach," *The Bell Journal Of Economics*.
- Saputri, S. A., Maharani, B., & Prasetya, W. A. (2023). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Pengungkapan Lingkungan, Dan Biaya Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *JUARA: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 94–111.
- Sari, S.P. (2021). Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Dan Media exposure Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi Aisyah*, 1(Vol 1 No 1 (2021)), 24–29.
- 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.
- Savitri, A. A., & Suwaidi, R. A. (2024). Analisis nilai perusahaan pada perusahaan sektor properties dan real estate di bei 1 1,2. 13(September), 1526–1537.
- Sawitri, A. P., & Setiawan, N. (2019). Analisis Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Kinerja Keuangan, Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Business & Banking*, 7(2), 1–8.
- Spence, M. (1973). "Job Market Signaling," *The Quarterly Journal Of Economics*.
- Sukmawati, Y. T. (2023). Pengaruh Media Exposure Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Pengungkapan Emisi Karbon. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(9), 1–18.
- Supriadi, A. (2023). Moderasi Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Land Journal*, 4(1), 12–20.
- Suratno, I. B., Darsono, D., & Mutmainah, S. (2007). Pengaruh Environmental Performance Terhadap Environmental Disclosure dan Economic Performance (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEJ Periode 2001-2004). *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 10(2).

- Uri, F. S., Rinofah, & R., & Kunci, K. (2021). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 21(1), 108–120.
- Uy, W. S., & Hendrawati, E. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal UWKS*, 02(02), 87–108.
- Verrecchia, R. E. (2001). "Essays On Disclosure," *Journal Of Accounting And Economics*.
- Wang, Y., Zhang, T., & Song, J. (2018). Effects Financial Media have on Firm Value and Suggestions for Investor Relations Media Strategy. 206(Asssd), 198–204.
- Wang, Z. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Edunomika* (02), 1–13.
- Wijaya, B. I., & Sedana, I. . P. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(12), 4477–4500.
- Yang, Y., & Kankanhalli, A. (2014). "The Impact Of Social Media Marketing On Online Small Business Performance," *PACIS 2014 Proceedings*.
- Yeisa, W., & Rani, L. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Di Oki. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(6), 1128.
- Yuniawati, R. A. (2022). Analisis Hubungan Kinerja Lingkungan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 7(2), 186–197.