

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Green Finance, Competitive Advantage, dan CEO Power terhadap Nilai Perusahaan, serta menguji peran Kebijakan Hutang sebagai variabel moderasi pada perusahaan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2024. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan MRA (*Moderated Regression Analysis*), diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Green finance tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip keuangan berkelanjutan belum cukup kuat dalam meningkatkan nilai perusahaan, yang mungkin disebabkan oleh kurangnya integrasi *green finance* dalam strategi inti perusahaan atau belum dianggap sebagai sinyal utama oleh investor dalam menilai kinerja perusahaan.
2. *Competitive advantage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing seperti efisiensi operasional, inovasi teknologi, maupun diferensiasi produk, mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya.

3. *CEO power* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin besar dominasi kekuasaan CEO dalam pengambilan keputusan, semakin tinggi pula potensi konflik keagenan yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Hasil ini mendukung teori keagenan, yang menyatakan bahwa kekuasaan manajerial yang tidak disertai mekanisme kontrol yang efektif dapat merugikan kepentingan pemegang saham.
4. Kebijakan hutang tidak dapat memoderasi pengaruh *green finance*, *competitive advantage*, maupun *CEO power* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa struktur pendanaan perusahaan melalui utang tidak memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel-variabel independen tersebut terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, moderasi oleh kebijakan hutang tidak terbukti atau termasuk dalam kategori *pure non-moderation*, di mana variabel moderator tidak berperan dalam memengaruhi hubungan antar variabel utama.

B. Keterbatasan

Variabel *competitive advantage* diukur hanya dengan menggunakan rasio total pendapatan terhadap total aset, yang merepresentasikan efisiensi kinerja keuangan, namun belum mencakup aspek keunggulan bersaing lainnya seperti inovasi, diferensiasi produk, atau kekuatan merek yang bersifat non-finansial. Pengukuran *CEO power* dalam penelitian ini hanya didasarkan pada tingkat kepemilikan saham oleh CEO, tanpa

mempertimbangkan indikator lain seperti masa jabatan dan pendidikan. Selain itu, penelitian ini tidak menggunakan variabel kontrol, sementara itu keberadaan variabel tersebut penting untuk membantu memisahkan pengaruh murni dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tanpa variabel kontrol, hasil analisis menjadi kurang akurat karena masih terdapat kemungkinan pengaruh dari faktor eksternal lain yang belum diperhitungkan, sehingga dapat menimbulkan bias dalam penarikan kesimpulan mengenai hubungan antar variabel yang diteliti.

C. Implikasi

Hasil penelitian memperkuat teori keagenan melalui temuan bahwa CEO Power berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang mencerminkan adanya potensi konflik kepentingan ketika kekuasaan manajerial tidak dikendalikan dengan baik. Sementara itu, pengaruh positif *competitive advantage* terhadap nilai perusahaan mendukung teori sinyal, di mana keunggulan bersaing menjadi sinyal positif bagi pasar. Secara praktis, perusahaan disarankan untuk lebih fokus membangun keunggulan kompetitif serta menerapkan tata kelola yang baik guna mengendalikan dominasi kekuasaan CEO. Selain itu, implementasi *green finance* perlu dilakukan secara lebih strategis dan transparan agar mampu memberikan dampak nyata terhadap persepsi investor. Bagi investor, hasil ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menilai faktor-faktor penentu nilai perusahaan, khususnya dalam konteks sektor real estate.

D. Saran

Berdasarkan hasil temuan, penelitian ini memberikan saran sebagai langkah lanjutan untuk mengatasi keterbatasan yang ada dalam penelitian sebelumnya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pengukuran variabel yang lebih komprehensif. Untuk variabel *competitive advantage*, sebaiknya tidak hanya menggunakan indikator keuangan seperti rasio pendapatan terhadap total aset, tetapi juga mempertimbangkan indikator non-finansial seperti tingkat inovasi, diferensiasi produk, serta kekuatan merek agar dapat merepresentasikan keunggulan bersaing secara lebih menyeluruh. Sementara itu, untuk variabel *CEO power*, disarankan untuk menambahkan indikator lain seperti masa jabatan, latar belakang pendidikan, serta peran dalam pengambilan keputusan strategis, agar dapat menggambarkan kekuasaan manajerial secara lebih akurat. Selain itu, penelitian mendatang sebaiknya menyertakan variabel kontrol, guna mengurangi potensi bias dan meningkatkan validitas internal model, sehingga hasil analisis menjadi lebih dapat dipercaya dan mencerminkan hubungan kausal yang lebih kuat antar variabel.