PENGARUH *SUSTAINABILITY REPORTING*, UKURAN PERUSAHAAN DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR TRANSPORTASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2022-2025

Ririn Fatmawati[1], Hestin Sri Widiawati[2], Erna Puspita[3]
[1,2,3]Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri
[1]ririnfatma003@gmail.com, [2]hestin.sw@gmail.com,[3]ernapuspita@unpkediri.ac.id

ABSTRACT

Firm value is an important indicator that reflects a company's success in enhancing shareholder wealth and attracting investors. This study aims to examine the effect of sustainability reporting, firm size, and leverage on firm value in transportation sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2025 period. This study employed a quantitative approach using a purposive sampling technique. Data were obtained from the companies' annual reports and sustainability reports and were analyzed using classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results show that sustainability reporting has no significant effect on firm value. Firm size has a significant effect on firm value, while leverage also has a significant effect on firm value. Simultaneously, sustainability reporting, firm size, and leverage have a significant effect on firm value. Therefore, leverage is the most dominant variable affecting firm value, whereas sustainability reporting has not been able to influence firm value in transportation sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2022–2025 period.

Keywords: *sustainability reporting, firm size, leverage, firm value*

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator penting yang mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan menarik minat investor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi yang terdaftar di BEI periode 2022–2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan, kemudian dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *sustainability reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan. Secara simultan, *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, *leverage* merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi nilai perusahaan, sedangkan *sustainability reporting* belum mampu memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi yang terdaftar di BEI periode 2022–2025.

Kata kunci: *Sustainability Reporting*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Nilai Perusahaan

A. Pendahuluan

Perusahaan sektor transportasi memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas barang dan jasa serta pertumbuhan ekonomi. Tingginya kebutuhan modal dan risiko operasional yang dihadapi menjadikan perusahaan transportasi dituntut untuk mengelola sumber daya secara efektif guna mempertahankan kinerja dan menarik minat investor. Dalam sektor ini, nilai perusahaan menjadi indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek dan kinerja perusahaan, yang umumnya tercermin melalui harga saham. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja keuangan, tetapi juga oleh faktor nonkeuangan yang mampu meningkatkan kepercayaan pasar dan pemangku kepentingan. Nilai perusahaan merupakan harga yang dibayar investor yang ditunjukkan oleh harga saham, kenaikkan harga saham menunjukkan bahwa nilai dan keuntungan perusahaan telah meningkat, dan tujuan perusahaan untuk meningkatkan kekayaan pemegang saham (Kharim & Hwihanus, 2024). Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut meningkatkan kinerja keuangan secara berkelanjutan, tetapi juga memperhatikan aspek nonkeuangan agar memperkuat reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa pemegang saham semakin makmur dan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan (Herdiani et al., 2021). Dengan demikian, nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan kinerja perusahaan yang ditunjukkan melalui harga saham, yang di mana peningkatannya menandakan bertambahnya keuntungan, kemakmuran pemegang saham, serta meningkatnya kepercayaan pasar,

serta didukung oleh kinerja keuangan dan nonkeuangan pasar.

Nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari informasi laporan keuangan, seringkali belum cukup untuk menggambarkan keadaan perusahaan, tetapi juga bagaimana perusahaan melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan peningkatan kesadran global terhadap isu keberlanjutan *(sustainability)*, mendorong perusahaan untuk lebih transparan mengungkapkan dampek aktivitas operasionalnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Bentuk transparansi tersebut diwujudkan melalui *sustainability reporting,* yaitu laporan yang memuat informasi mengenai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan (Situmorang & Bimo, 2023). Penelitian Situmorang & Bimo (2023) menunjukkan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian Pithaloka & Pandin (2024) *sustainability reporting* tidak berpengaruh signifikan, disebabkan rendahnya tingkat pengungkapan laporan keberlanjutan serta belum seragamnya kualitas informasi yang disajikan. Selain itu, investor cenderung lebih meprioritaskan aspek keuangan dibandingkan informasi nonkeuangan, sehingga *sustainability reporting* belum menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan.

Ukuran perusahaan juga menjadi peran penting dalam menentukan nilai perusahaan, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki aset yang lebih banyak, akses pendanaan yang lebih luas, serta tingkat stabilitas yang lebih tinggi, sehingga cenderung lebih dipercaya oleh investor dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Namum demikian, besarnya ukuran perusahaan tidak selalu menjamin peningkatan nilai perusahaan, karena efektivitas pengelolaan aset dan kinerja keuangan tetap menjadi pertimbangan utama dalam penilaian investor (Reza & Hanifah, 2025). Penelitian Apika & Prasetyo (2024) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan trehadap nilai perusahaan. Kondisi ini disebabkan karena perusahaan yang besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih memadai, akses pendanaan yang kuas, serta tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari

investor, serta perusahaan besar cenderung memilki stabilitas operasional dan prospek yang lebik baik sehingga menarik minat investor dan mendorong peningkatan nilai perusahan. Di sisi lain terdapat pandangan yang berbeda, Anggita & Stiawan (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Struktur pendanaan yang tercermin dalam leverage juga menjadi faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam membiayai aktivitas oparsionalnya Hutauruk et al., (2023). Penelitian Kusuma & Mahroji (2024) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, bahwa peningkatan tingkat utang yang digunakan perusahaan dalam struktur pendananaannya diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Akan tetapi, Yulimtinan & Atiningsih (2021) menjelaskan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ini terjadi karenaa penggunaan utang oleh perusahaan belum tentu menjadi pertimbangan utama bagi investor dalam menilai perusahaan. Investor lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingan tingkat utangnya.

Untuk menjawab rumusan masalah ini yaitu menggunakan uji asumsi klasik, ananlisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Berdasarkan fenomena diatas peneliti melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Sustainability Reporting*, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Transportasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2022-2025"

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, *leverage*, dan nilai perusahaan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menguji hipotesis secara sistematis serta mengetahui hubungan antara *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Proses penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder berupa laporan tahunan, laporan keberlanjutan, dan laporan keuangan

perusahaan sektor transportasi yang terdaftar di BEI periode 2022–2025. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode statistik untuk mengukur pengaruh antarvariabel sehingga diperoleh kesimpulan yang akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Populasi penelitian terdiri dari perusahaan sektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022–2025. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteris pemilihan sampel disajikan pada table berikut:

Tabel 1. Teknik Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan sektor transportasi di BEI periode 2022-2025	30
Perusahaan sektor transportasi yang tidak menerbitkan laporan tahunan lengkap selama periode 2022-2025	(15)
Perusahaan sektor transportasi yang tidak menggunakan mata uang rupiah dalam laporan tahunan	(1)
Jumlah sampel perusahaan	14
Tahun penelitian adalah 2022-2025	4
Jumlah sampel (14 perusahaan x 4 tahun)	56

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			56
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.70181153
Most Extreme Differences	Absolute		.231
	Positive		.231
	Negative		-.167
Test Statistic			.231
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.000
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Bersadarkan Tabel 2 hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* pada 56 observasi menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 (< 0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas belum terpenuhi. Kondisi ini mengindikasikan adanya kata ekstrem *(outlier)* yang memengaruhi distribusi data, sehingga diperlukan outlier sebelum analisis lebih lanjut. Hasil pengujian setelah *outlier* disajikan padaa tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Setelah *Outlier*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			51
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.62151861
Most Extreme Differences	Absolute		.164
	Positive		.164
	Negative		-.123
Test Statistic			.164
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.001
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.001
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.002

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Berdasarkan Tabel 3, Setelah penghapusan data *outlier*, jumlah observasi menjadi 51 data. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed*) sebesar 0,001 (< 0,05), sehingga data residual masih belum berdistribusi normal. Oleh karena itu, dilakukan transformasi data untuk memperbaiki distribusi residual dan mengurangi tingkat kemencengan

data sehingga asumsi normalitas dapat terpenuhi.

Tabel 4. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Setelah Trasnformasi Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			47
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.74473933
Most Extreme Differences	Absolute		.096
	Positive		.047
	Negative		-.096
Test Statistic			.096
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.343
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.331
		Upper Bound	.355

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Mengacu pada hasil yang tercantum pada Tabel 3, setelah dilakukan penghapusan *outlie*r dan transformasi data, jumlah observasi menjadi 47 data. Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 (> 0,05), sehingga data residual telah berdistribusi normal. Sehingga, asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi dan analisis dapat dilanjutkan.

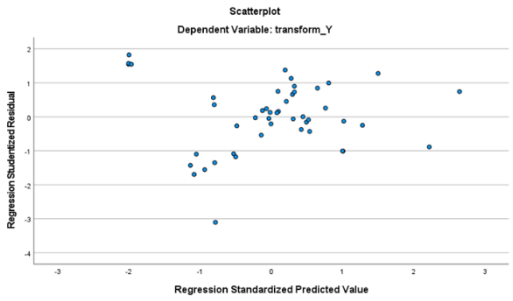
Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(X1) Sustainability Reporting	.946	1.057
	(X2) Ukuran Perusahaan	.873	1.145
	(X3) Leverage	.921	1.086

a. Dependent Variable: transform_Y

Berdasarkan pada Tabel 5, Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel *sustainability reporting* memiliki nilai tolerance sebesar 0,946 dan VIF sebesar 1,057, ukuran perusahaan memiliki nilai tolerance sebesar 0,873 dan VIF sebesar 1,145, sedangkan variabel *leverage* memiliki nilai tolerance sebesar 0,921 dan VIF sebesar 1,086. Seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi multikolinearitas.



Gambar 1. Hasil Uii Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di sekitar garis nol dan tidak membentuk pola tertentu. Sebaran titik berada di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y sehingga tidak terlihat adanya pola mengerucut, melebar, atau bergelombang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala

heteroskedastisitas daan model regresi telah terpenuhi.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.578[a]	.334	.287	.77028	2.225

a. Predictors: (Constant), (X3) Leverage, (X1) Sustainability Reporting, (X2) Ukuran Perusahaan
b. Dependent Variable: transform_Y

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, diperoleh nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 2,225. Nilai tersebut berada pada rentang du < d < 4 − du, yaitu 1,6692 < 2,225 < 2,3308. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.792	2.287		2.970	.005
	(X1) Sustainability Reporting	.142	.909	.020	.156	.877
	(X2) Ukuran Perusahaan	-.289	.089	-.434	-3.262	.002
	(X3) Leverage	.521	.129	.524	4.042	.000

a. Dependent Variable: transform_Y

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi yaitu Y = 6,792 + 0,142X_1 − 0,289X_2 + 0,521X_3 + e. nilai konstanta sebesar 6,792 menunjukkan bahwa apabila *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* bernilai konstan atau sama dengan nol, maka Nilai Perusahaan memiliki nilai sebesar 6,792. Variabel *sustainability reporting* memiliki koefisien regresi sebesar 0,142 yang menunjukkan hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, setiap peningkatan *sustainability reporting* sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,142 dengan asumsi variabel lain konstan. Namun, berdasarkan nilai signifikansi sebesar 0,877, pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Variabel ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi sebesar -0,289 yang menunjukkan hubungan negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar satu satuan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,289 dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,002 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Variabel *leverage* memiliki koefisien regresi sebesar 0,521 yang menunjukkan hubungan positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, setiap peningkatan *leverage* sebesar satu satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,521 dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.578[a]	.334	.287	.77028

a. Predictors: (Constant), (X3) Leverage, (X1) Sustainability Reporting, (X2) Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: transform_Y

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel Model Summary, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,287 atau 28,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sustainability Reporting, Ukuran Perusahaan, dan Leverage mampu menjelaskan variasi Nilai Perusahaan sebesar 28,7%. Sementara itu, sebesar 71,3% variasi Nilai Perusahaan dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Parsial

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.792	2.287		2.970	.005
	(X1) Sustainability Reporting	.142	.909	.020	.156	.877
	(X2) Ukuran Perusahaan	-.289	.089	-.434	-3.262	.002
	(X3) Leverage	.521	.129	.524	4.042	.000

a. Dependent Variable: transform_Y

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel Coefficients, variabel *sustainability reporting* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,877 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,289. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Selanjutnya, variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi positif sebesar 0,521. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Dengan demikian, variabel yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan dan *leverage*, sedangkan *sustainability reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 9. Hasil Uji Simultan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.779	3	4.260	7.179	.001[b]
	Residual	25.513	43	.593		
	Total	38.292	46			

a. Dependent Variable: transform_Y

b. Predictors: (Constant), (X3) Leverage, (X1) Sustainability Reporting, (X2) Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung sebesar 7,179 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai

signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian layak untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *sustainability reporting* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,877, > 0,05, dengan koefisien regresi sebesar 0,142. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *sustainability reporting* secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, perubahan tingkat pengungkapan *sustainability reporting* belum mampu memberikan perubahan yang berarti terhadap peningkatan maupun penurunan nilai perusahaan.

Tidak signifikannya pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa informasi keberlanjutan yang diungkapkan perusahaan belum menjadi pertimbangan utama bagi investor dalam menilai perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan informasi keuangan, seperti profitabilitas dan prospek perusahaan. Selain itu, pengungkapan *sustainability reporting* yang belum konsisten dan belum sepenuhnya mengikuti standar yang berlaku menyebabkan informasi tersebut belum mampu memberikan nilai tambah bagi investor. Oleh karena itu, *sustainability reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratami & Jamil, 2021) dan (Tjandra et al., 2023), yang menyatkan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan laporan keberlanjutan belum tentu direspons secara posistif oleh pasar, sehingga belum mampu meningkatkan persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,289. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, perubahan ukuran perusahaan dapat memengaruhi perubahan nilai perusahaan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa besarnya total aset yang dimiliki perusahaan bukan satu-satunya faktor yang menjadi pertimbangan investor dalam menilai perusahaan. Investor juga memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki untuk mendukung kinerja dan menciptakan nilai bagi pemegang saham. Oleh karena itu, peningkatan ukuran perusahaan perlu diimbangi dengan pengelolaan aset yang efektif agar dapat memberikan keyakinan kepada investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang.

Selain itu, perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar umumnya menghadapi aktivitas operasional yang lebih kompleks. Kondisi tersebut menuntut kemampuan manajemen yang baik dalam mengelola sumber daya perusahaan sehingga aset yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara optimal. Dengan demikian, ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang turut dipertimbangkan investor dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Devid & Mujiyati, 2022) dan (Nadhilah et al., 2024) menyatakan ukuran perusahaan dapat memengaruhi penilaian investor karena mencerminkan kapasitas dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Oleh karena itu, ukuran perusahaan menjadi salah satu indikator yang diperhatikan dalam pembentukan nilai perusahaan.

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel *leverage* memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,521. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat

leverage perusahaan, maka nilai perusahaan cenderung meningkat.

Kondisi tersebut dapat terjadi karena penggunaan utang dapat memberikan tambahan dana bagi perusahaan untuk mendukung kegiatan operasional dan pengembangan usaha. Jika dikelola dengan baik, utang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan sinyal positif kepada investor. Akibatnya, kepercayaan investor meningkat sehingga berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Batistuta et al., 2024) dan (Aziz & Widati, 2023) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena penggunaan utang dapat meningkatkan laba setelah pajak melalui penghematan pajak atas beban bunga serta mendorong peningkatan nilai pasar perusahaan.

Pengaruh *sustainability reporting,* ukuran perusahaan, *leverage* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001, < dari 0,05 sehingga H_o ditolak dan H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, model penelitian yang digunakan mampu menjelaskan hubungan antara *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Pengaruh signifikan secara simultan tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kombinasi faktor keberlanjutan, karakteristik perusahaan, dan kebijakan pendanaan. Investor dalam menilai suatu perusahaan tidak hanya melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga memperhatikan tingkat pengungkapan informasi keberlanjutan, besarnya perusahaan, serta kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber pendanaannya.

Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,287, yang berarti bahwa sebesar 28,7% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage.* Sedangkan sisanya sebesar 71,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti

profitabilitas, kebijakan dividen, struktur kepemilikan, pertumbuhan perusahaan, dan faktor ekonomi lainnya. Dengan demikian, meskipun secara parsial terdapat variabel yang tidak berpengaruh signifikan, namun secara bersama-sama ketiga variabel tersebut mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian investor terhadap perusahaan cenderung mempertimbangkan berbagai aspek secara menyeluruh, bukan hanya satu faktor tertentu.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* memiliki peran dalam memengaruhi nilai perusahaan. *Sustainability reporting* menunjukkan bahwa pengungkapan informasi keberlanjutan menjadi salah satu bentuk transparansi perusahaan kepada pemangku kepentingan, namun pengaruhnya terhadap nilai perusahaan bergantung pada kualitas dan luasnya informasi yang diungkapkan. Ukuran perusahaan menggambarkan kemampuan dan kapasitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional, sehingga perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki perhatian lebih dari investor. Selain itu*, leverage* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber pendanaan berupa utang, di mana penggunaan utang yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan, tetapi penggunaan yang berlebihan dapat meningkatkan risiko. Secara keseluruhan, variabel *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* dapat menjelaskan perubahan nilai perusahaan, meskipun masih terdapat faktor lain di luar model penelitian yang dapat memengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Anggita, N., & Stiawan, H. (2023). Pengaruh Tax Avoidance , Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan di BEI Tahun 2017-2021). *AKUA : Kurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *2*(2), 153–160. https://doi.org/10.54259/akua.v2i2.1617

Apika, A., & Prasetyo, E. (2024). Pengaruh Perencanaan Pajak , Profitabilitas , Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan

Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2022. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak : Perspektif Global*, *1*(4), 103–126.

Astuti. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*.

Aziz, M. S. N. H., & Widati, Li. W. (2023). Pengaruh leverage , profitabilitas , pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur industriibarang konsumsii. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, *7*(1), 171–184. https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031

Batistuta, I. U., Munandar, A., & Pratiwi, A. (2024). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan*. *7*, 575–587.

Christiaan, P. (2022). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi)* (pp. 37–50).

Devid, A., & Mujiyati. (2022). PENGARUH TAX AVOIDANCE, PROFITABILITAS, SALES GROWTH, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks LQ45 Di BEI Periode 2018-2020). *Accountinng Global Journal*, *6*(1), 12–27.

Fuadah, L. L., Yuliani, & Safitri, R. H. (2018). Pengungkapan Teori yang berhubungan dengan Sustainablity Reporting di Indonesia. In *Citrabooks Indonesia* (pp. 1–87).

Harahap, R. (2022). PENGARUH LEVERAGE , PROFITABILITAS , DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Akuntansi Prima*, *4*(1), 80–88.

Herdiani, N. P., Badina, T., & Rosiana, R. (2021). Pengaruh Likuiditas , Leverage , Kebijakan Dividen , Ukuran Perusahaan , Good Corporate Governance dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, *16*(2), 87–106.

Hidayat, W. W. (2024). *INDIKASI KESULITAN KEUANGAN (FINANCIAL DISTRESS)*.

Hutauruk, R. P. S., Zalukhu, R. S., & Colyn, D. (2023). Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri, Perdagangan, Jasa dan Investasi di BEI). *ACCOUNTING PROGRESS*, *2*(2), 90–99.

Kharim, R. A., & Hwihanus, H. (2024). *Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 – 2022*. *3*(1), 293–303.

Kusuma, V. N., & Mahroji. (2024). Pengaruh Likuiditas , Leverage , dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Industri Sektor Coal Production yang Terdaftar

di BEI Tahun 2020-2023. *AKADEMIK Jurnal Hamasiswa Humanis*, *4*(3), 1236–1251.

Nadhilah, P., Mursidah, Yunina, & Indrayani. (2024). PENGARUH PROFITABILITAS, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PERUSAHAAN MANUFAKTUR ANEKA INDUSTRI TAHUN 2019-2022). *JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS*, *25*(1), 169–180.

Nahdhiyah, A. I., & Alliyah, S. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, LEVERAGE, UKURAN PERUSAHAAN DAN NILAI PASAR TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI DI BEI. *Accountinng Global Journal*, *7*(1), 25–39.

Naibaho, G. B., & Gusmiarni. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Finance Accounting and Taxation*, *1*(1), 33–45.

Ningrum, E. P. (2022). *NILAI PERUSAHAAN (Konsep dan Aplikasi)*.

Pithaloka, S. A., & Pandin, M. Y. R. (2024). Pengaruh Sustainability Report, Good Corporate Governance, Dan Profitability Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia BEI Periode 2020 – 2022. *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, *2*(1), 227–244. https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i1.336

Pranoto, A. R. L., & Marsono. (2023). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Firm Value dengan Kapitalisasi Pasar Sebagai Pemoderasi (studi pada Perusahaaan dalam indeks IDX SRI-Kehati yang menerbitkan sustainability report pada tahun 2017-2021. *Dienegoro Journal Of Accounting*, *12*(4), 1–15.

Pratami, Y., & Jamil, P. C. (2021). PENGARUH SUSTAINABILITY REPORTING, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL DAN INSENTIF MANAJER TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, *4*, 434–444.

Reza, E. D., & Hanifah, A. (2025). Pengaruh Profitabilitas , Ukuran Perusahaan , dan Non Performing Loan terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Konvensional. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *5*(2).

Rusmini, L., Martaseli, E., & Sofiani, V. (2025). Pengaruh Aktivitas , Leverage , Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Transportasi Nilai Perusahaan Transportasi Darat 2021-2024 Efek Indonesia untuk periode 2021 – 2024 , terlihat adanya

tren penurunan yang cukup tajam. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, *6*, 223–238.

Situmorang, D., & Bimo, I. D. (2023). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan kualitas audit sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen*, *20*(1), 1–17. https://doi.org/10.29040/jap.v22i1.2598

Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS , LEVERAGE , DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN LQ45 PADA BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2020. *Accounting and Management*, *6*(1).

Tiffany, T., & Sjarief, J. (2023). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Harga Saham Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq45 Tahun 2017 – 2021 Dengan Internal Control Disclosure Sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Flores*, *13*(2), 209–227. https://doi.org/10.37478/als.v13i2.2595

Tjandra, I., Lindrawati, L., & Susanto, A. (2023). Pengaruh Sustainability Report , Vitalitas , Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan. *ABM Akuntansi Bisnis & Manajemen*, *30*, 1–12.

Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). LEVERAGE UKURAN PERUSAHAAN PERTUMBUHAN PENJUALAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *BALANCE : JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS*, *6*(1), 69–82.