

BAB V

SIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan terhadap sebanyak 316 observasi dari 79 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024, penelitian ini menggunakan model terpilih *Random Effect Model* (REM) untuk menguji pengaruh *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien tercatat sebesar -1,276310, nilai *t-Statistic* sebesar -0,719810, dan nilai probabilitas sebesar 0,4722. Nilai probabilitas yang lebih besar dari 0,05 menandakan bahwa *sustainability reporting* belum mampu memengaruhi nilai perusahaan secara nyata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa investor pada sektor *consumer non-cyclicals* belum menjadikan pengungkapan keberlanjutan sebagai dasar utama dalam menilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian memperlihatkan nilai koefisien sebesar 0,391675, nilai *t-Statistic* sebesar 1,181117, dan nilai probabilitas sebesar 0,2385. Nilai

probabilitas yang melebihi 0,05 menandakan bahwa besar kecilnya total aset belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara langsung. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan skala perusahaan, tetapi juga menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola aset secara efisien. Dengan demikian, hipotesis kedua dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian memperlihatkan nilai koefisien sebesar 0,778715, nilai *t-Statistic* sebesar 18,63933, dan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari 0,05 menandakan bahwa *leverage* mampu memengaruhi nilai perusahaan secara nyata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan utang yang dikelola secara tepat dapat meningkatkan kepercayaan investor dan mendorong kenaikan nilai perusahaan. Namun demikian, karena hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis ketiga dinyatakan ditolak karena arah hasil penelitian berlawanan dengan arah hipotesis yang diajukan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan nilai perusahaan secara simultan. Nilai Prob(F-statistic) sebesar 0,000000 menandakan bahwa model penelitian layak digunakan. Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,520511 menunjukkan bahwa 52,0511% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh

sustainability reporting, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Sisa sebesar 47,9489% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

5.2. Keterbatasan

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Jumlah sampel dalam penelitian ini tergolong besar karena mencakup banyak perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* selama periode 2021–2024. Kondisi tersebut membuat proses pengumpulan data membutuhkan waktu yang lebih panjang. Peneliti harus membaca dan menelaah laporan masing-masing perusahaan secara satu per satu agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian.
2. Pengukuran variabel *sustainability reporting* memerlukan ketelitian yang tinggi. Sebagian perusahaan belum menampilkan indeks GRI secara jelas pada laporan keberlanjutannya. Peneliti harus menelusuri isi laporan dari halaman awal hingga halaman akhir untuk menemukan item pengungkapan yang sesuai. Perbedaan format penyajian laporan antarperusahaan juga membuat proses identifikasi data menjadi lebih memakan waktu.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, yaitu *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini belum mampu menjelaskan seluruh faktor yang memengaruhi nilai perusahaan secara menyeluruh. Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,520511 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 52,0511% variasi nilai

perusahaan, sedangkan 47,9489% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

5.3. Implikasi

Penelitian ini memberikan implikasi praktis dan teoritis terkait pengaruh *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024. Implikasi tersebut disusun berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *sustainability reporting* dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Model penelitian yang digunakan mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 52,0511%.

5.3.1. Implikasi Praktis

Beberapa implikasi praktis yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menandakan bahwa pengelolaan struktur modal perlu dilakukan secara cermat agar penggunaan utang tetap berada pada batas yang aman dan produktif. Pengelolaan utang yang tepat dapat membantu perusahaan membiayai kegiatan operasional serta pengembangan usaha. Kondisi tersebut dapat mendorong

munculnya penilaian yang lebih baik dari pasar terhadap perusahaan.

2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *sustainability reporting* belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan keberlanjutan belum cukup efektif apabila hanya disajikan sebagai pelengkap laporan. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas laporan keberlanjutan melalui penyajian informasi yang lebih jelas, konsisten, dan sesuai dengan kondisi perusahaan agar investor lebih mudah memahami informasi yang disampaikan.
3. Bagi investor, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *sustainability reporting* dan ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan satu-satunya dasar dalam menilai perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Penilaian terhadap perusahaan perlu dilakukan secara lebih menyeluruh, terutama pada aspek kemampuan perusahaan dalam mengelola *leverage*, karena variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Keputusan investasi akan lebih tepat apabila tidak hanya didasarkan pada besarnya aset atau adanya laporan keberlanjutan, tetapi juga pada kualitas pengelolaan keuangan perusahaan.

5.3.2. Implikasi Teoritis

Beberapa implikasi teoritis yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan keberlanjutan belum mampu membentuk respons pasar secara nyata pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Kondisi ini menunjukkan bahwa investor belum menjadikan informasi keberlanjutan sebagai dasar utama dalam menilai perusahaan. Temuan tersebut memberikan implikasi terhadap *stakeholder theory*, *legitimacy theory*, dan *signalling theory*. Dalam *stakeholder theory* menjelaskan bahwa perusahaan perlu memenuhi kebutuhan informasi para pemangku kepentingan melalui keterbukaan informasi. Selanjutnya dalam *legitimacy theory* memandang laporan keberlanjutan sebagai sarana untuk memperoleh penerimaan dan kepercayaan dari masyarakat. Sementara itu, *signalling theory* menjelaskan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai kondisi dan prospek perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *sustainability reporting* belum mampu menjadi sinyal yang cukup kuat untuk membentuk respons pasar dan

memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari & Wahidahwati (2021) serta Septina & Idawati (2023) yang menunjukkan bahwa *sustainability reporting* belum sepenuhnya mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Wardoyo *et al.* (2022) dan Prasetyo (2024) yang menyatakan bahwa *sustainability reporting* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya total aset belum mampu menjadi dasar utama bagi investor dalam meningkatkan penilaian terhadap perusahaan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan skala perusahaan, tetapi juga menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola aset secara efisien dan menghasilkan kinerja yang baik. Temuan tersebut memberikan implikasi terhadap *signalling theory*. Teori ini menjelaskan bahwa informasi yang dimiliki perusahaan dapat menjadi sinyal bagi investor dalam menilai kondisi dan prospek perusahaan. Pada penelitian ini, ukuran perusahaan belum mampu berfungsi sebagai sinyal yang cukup kuat untuk meningkatkan nilai perusahaan secara nyata. Hasil ini sejalan dengan penelitian

Alifian & Susilo (2024) serta Riani & Setyabudi (2024) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Susanto & Suryani (2024) serta Umairoh *et al.* (2025) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan utang yang dikelola secara tepat masih dapat dipersepsikan positif oleh investor karena mampu mendukung kegiatan operasional dan pengembangan usaha perusahaan. Kondisi ini memberikan implikasi terhadap *trade off theory*. Teori tersebut menjelaskan bahwa penggunaan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan selama manfaat yang diperoleh masih lebih besar daripada biaya dan risiko yang ditimbulkan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan utang pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* masih dipersepsikan positif oleh pasar selama manfaat pendanaan yang diperoleh lebih besar daripada biaya dan risiko yang ditimbulkan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Susanto & Suryani (2024) serta Sari & Chalil (2024) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan

penelitian Tandrio & Handoyo (2023) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, serta Riani & Setyabudi (2024) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini tetap dinyatakan ditolak karena arah hipotesis yang diajukan adalah negatif, sedangkan hasil penelitian menunjukkan arah yang positif.

4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan sebagian variasi nilai perusahaan. Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,520511 menunjukkan bahwa *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* mampu menjelaskan 52,0511% variasi nilai perusahaan. Sisanya sebesar 47,9489% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan tersebut memberikan implikasi bahwa kajian teoritis mengenai nilai perusahaan masih dapat dikembangkan dengan memasukkan variabel lain yang relevan agar penjelasan mengenai nilai perusahaan menjadi lebih menyeluruh.