

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi modern digerakkan oleh kegiatan perusahaan yang memerlukan pendanaan baik jangka pendek maupun jangka panjang untuk menjaga kelangsungan operasional dan mengembangkan usahanya. Pasar modal memegang peran penting dalam perekonomian karena menjadi sarana pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dan pihak yang membutuhkan pendanaan (emiten) untuk mendorong pertumbuhan dan inovasi. Melalui mekanisme permintaan dan penawaran efek yang berlangsung secara transparan, pasar modal memfasilitasi penyaluran sumber daya keuangan secara lebih efisien, mengurangi asimetri informasi, serta memperkuat disiplin dan tata kelola perusahaan. Peran tersebut di Indonesia diwujudkan melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren perkembangan positif, tercermin dari peningkatan jumlah emiten, volume transaksi, dan kapitalisasi pasar. Dinamika ini mencerminkan kepercayaan investor terhadap prospek perekonomian nasional sekaligus ekspektasi atas kinerja perusahaan tercatat, sehingga menjadikan pasar modal sebagai tolok ukur penting bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Penilaian investor yang tercermin dalam harga efek di pasar modal pada akhirnya terakumulasi dalam nilai perusahaan, sehingga nilai perusahaan menjadi indikator penting bagi keberhasilan dan keberlangsungan suatu entitas usaha.

Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan keyakinan pasar terhadap prospek dan potensi masa depan perusahaan (Hakim & Hindasah, 2025). Nilai perusahaan merefleksikan bagaimana investor menilai kinerja yang dihasilkan dari aktivitas operasional. Secara sederhana, nilai perusahaan dapat dipahami sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dialihkan kepemilikannya. Nilai ini menggambarkan penilaian investor atas kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya, dan dalam praktik sering diukur melalui pergerakan harga saham di pasar modal. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin besar pula nilai perusahaan tersebut (Hamidah & Ramdani, 2023). Nilai perusahaan yang meningkat biasanya diartikan sebagai indikasi kinerja yang baik serta efektivitas keputusan strategis manajemen, sehingga mampu menarik minat investor untuk memberikan pendanaan bagi pertumbuhan perusahaan. Kenaikan nilai juga kerap dipandang sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen kepada pemegang saham serta pencapaian tujuan perusahaan. Salah satu indikator yang banyak digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *price to book value* (PBV), yaitu rasio antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar. PBV menggambarkan seberapa besar kepercayaan investor terhadap kinerja emiten. Nilai PBV yang tinggi biasanya menunjukkan peningkatan kesejahteraan pemegang saham serta perbaikan kinerja perusahaan. Tingginya nilai perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan

pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan prospeknya di masa mendatang (Amrulloh & Amalia, 2020).

Salah satu sektor yang konsisten menarik perhatian investor adalah *consumer non-cyclicals*, yang menaungi makanan dan minuman, ritel kebutuhan pokok, produk rumah tangga dan perawatan pribadi, farmasi atau alat kesehatan, hingga agrikultur atau pangan. Sektor ini memegang peran vital dalam menjaga ketahanan konsumsi dan stabilitas daya beli, sehingga menjadi penopang penting pertumbuhan ekonomi di berbagai fase siklus bisnis. Konsumsi kebutuhan pokok bukan hanya menjaga perputaran barang dan jasa, tetapi juga menjadi katalis pemerataan distribusi, penguatan ketahanan pangan, dan peningkatan kualitas hidup. Dalam konteks kepulauan seperti Indonesia, jaringan produksi dan distribusi *consumer non-cyclicals* semakin krusial untuk memastikan keterjangkauan harga dan ketersediaan barang lintas wilayah. Perkembangan teknologi dan inovasi, mulai dari ritel lintas kanal, pemasaran berbasis data, otomatisasi produksi, sampai pengembangan produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan, membuka peluang pertumbuhan baru sekaligus meningkatkan standar persaingan. Namun, seperti sektor lain, *consumer non-cyclicals* juga berhadapan dengan tantangan berupa volatilitas harga komoditas input dan energi, efisiensi rantai pasok, dinamika preferensi konsumen, persaingan merek yang ketat, serta tuntutan transparansi dan keberlanjutan melalui *sustainability reporting*. Kondisi ini membentuk kompleksitas pengambilan keputusan bagi perusahaan yang pada gilirannya memengaruhi kinerja

keuangan dan valuasi pasar. Investor yang menaruh minat pada sektor ini perlu memahami bukan hanya fundamental emiten, tetapi juga arah kebijakan pangan dan kesehatan, struktur biaya, strategi pengungkapan keberlanjutan, serta potensi disrupsi teknologi yang dapat membentuk peta kompetisi ke depan. Keadaan tersebut mendorong investor untuk mencari berbagai faktor yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan di sektor ini, khususnya tingkat pengungkapan *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage*.

Berdasarkan data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), rata-rata *Price to Book Value* (PBV) emiten sektor *consumer non-cyclicals* periode 2021–2024 menunjukkan pola yang berfluktuasi. Pada 2021, PBV berada di kisaran 3,31 kali, lalu turun cukup tajam menjadi 1,71 kali pada 2022 dan kembali melemah menjadi 1,56 kali pada 2023. Pada 2024, PBV sedikit meningkat menjadi sekitar 1,74 kali, tetapi level ini masih belum menyamai posisi tertinggi pada 2021. Pola pergerakan tersebut menunjukkan bahwa valuasi pasar terhadap perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* belum sepenuhnya stabil, sehingga perlu dikaji lebih lanjut faktor-faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan pada sektor tersebut.

Regulasi pasar modal di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan perhatian terhadap isu keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Otoritas Jasa Keuangan (2017) melalui POJK Nomor 51/POJK.03/2017 mewajibkan lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik untuk menyusun laporan keberlanjutan,

sementara Bursa Efek Indonesia mendorong perusahaan tercatat agar secara rutin menyampaikan *sustainability reporting*. Kebijakan ini mendorong semakin banyak emiten menyajikan laporan keberlanjutan sebagai wujud transparansi dan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan. Secara umum, penguatan regulasi dan semakin banyaknya praktik pelaporan keberlanjutan diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor, yang kemudian tercermin pada kenaikan nilai perusahaan. Namun, data PBV pada sektor *consumer non-cyclicals* setelah tahun 2021 justru menunjukkan tren menurun dan berfluktuasi, sehingga mengindikasikan bahwa intensitas pelaporan keberlanjutan serta dukungan regulasi belum sepenuhnya tercermin dalam peningkatan valuasi pasar. Perbedaan antara tren pengungkapan keberlanjutan dan pergerakan PBV tersebut menjadi fenomena empiris yang penting untuk dikaji lebih lanjut dengan menguji pengaruh *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada sektor ini.

Analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisis fundamental menilai perusahaan dengan menelusuri laporan keuangan, rasio keuangan, serta informasi nonkeuangan untuk memperoleh estimasi nilai intrinsik. Analisis teknikal menitikberatkan pada pola pergerakan harga dan volume perdagangan di bursa. Investor menggunakan laporan keuangan dan laporan keberlanjutan sebagai sumber informasi utama untuk mengevaluasi kinerja dan prospek

Sumber: *Publish or Perish*

Untuk memperoleh gambaran perkembangan penelitian terkait *sustainability*, peneliti melakukan pemetaan bibliometrik menggunakan

software VOSviewer terhadap 200 artikel yang diperoleh melalui aplikasi Publish or Perish dengan kata kunci “*sustainability*” dan “*sustainability reporting*”. Data judul dan abstrak artikel tersebut diolah menggunakan fitur *create a map based on text data* sehingga menghasilkan peta visual hubungan antar istilah sebagaimana disajikan pada gambar I.1. Peta tersebut menunjukkan bahwa istilah *sustainability*, *sustainability reporting*, dan *sustainability report* menempati posisi yang paling sentral dan membentuk beberapa klaster pembahasan yang berkaitan dengan *corporate social responsibility (CSR)*, *integrated reporting*, *performance*, *financial performance*, *corporate governance*, serta berbagai istilah lain yang berhubungan dengan pelaporan keberlanjutan. Sementara itu, istilah *firm value* tampak muncul dengan ukuran node yang lebih kecil dan keterkaitan yang relatif lebih terbatas dibandingkan istilah lainnya. Menurut Wulandari & Trisnawati (2022) menemukan bahwa pengungkapan *sustainability reporting* belum terbukti mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian Gunawan & Sjarief (2022) serta Safitri & Yanthi (2024) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* sebagai faktor keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Dengan mengacu pada rangkaian temuan tersebut, kajian mengenai *sustainability reporting* masih terbuka luas untuk dikembangkan, terutama dengan mengaitkannya pada nilai perusahaan serta memasukkan

pertimbangan variabel keuangan seperti ukuran perusahaan dan *leverage* dalam konteks perusahaan *consumer non-cyclicals* di Bursa Efek Indonesia.

Sustainability reporting atau laporan keberlanjutan merupakan praktik pengukuran, pengungkapan, dan akuntabilitas atas kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal (Panjaitan *et al.*, 2024). Tingkat kelengkapan pengungkapan *sustainability reporting* berhubungan dengan penilaian pasar yang lebih baik terhadap perusahaan karena laporan keberlanjutan yang disusun secara utuh memudahkan pemangku kepentingan menilai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan sehingga pasar memberikan apresiasi yang lebih tinggi (Wardoyo *et al.*, 2022). *Sustainability reporting* juga terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena investor menafsirkan pengungkapan tersebut sebagai sinyal komitmen jangka panjang perusahaan untuk beroperasi secara bertanggung jawab, sehingga perusahaan memperoleh kepercayaan pasar yang lebih besar (Prasetyo, 2024). Perusahaan yang menerapkan pengungkapan laporan keberlanjutan dapat memberikan sinyal positif kepada *stakeholder*, terutama investor, sehingga membantu perusahaan dalam memaksimalkan nilai (Putri & Herawaty, 2024). Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa perusahaan yang melaporkan aktivitas keberlanjutan secara konsisten cenderung mendapatkan respons pasar yang lebih baik (Sevnia & Mulyani, 2023).

Beberapa penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa *sustainability reporting* memiliki pengaruh positif (berbanding lurus) terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin luas dan informatif pengungkapan laporan keberlanjutan yang disampaikan perusahaan, semakin besar pula kecenderungan pasar merespons secara positif, sehingga nilai perusahaan berpotensi meningkat. Meskipun demikian, hasil penelitian sebelumnya tidak sepenuhnya konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Septina & Idawati (2023) menunjukkan bahwa dimensi ekonomi dalam *sustainability reporting* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sedangkan dimensi lingkungan dan sosial tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari & Wahidahwati (2021) memberikan bukti bahwa *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan justru berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Nisaih & Prijanto (2023) menunjukkan bahwa pengungkapan *sustainability report* dapat menurunkan nilai perusahaan apabila informasi yang disampaikan menyoroti ketidakmampuan perusahaan dalam memenuhi komitmen keberlanjutan atau mengungkapkan permasalahan serius pada aspek lingkungan, sosial, maupun etika. Kondisi tersebut dapat menurunkan kepercayaan pemangku kepentingan dan berdampak negatif terhadap citra perusahaan. Beragamnya temuan penelitian menggambarkan bahwa keberadaan laporan keberlanjutan tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan. Ketidaksamaan dalam standar pengungkapan yang digunakan

antar perusahaan sehingga menimbulkan *disclosure gap*, yaitu kesenjangan antara informasi yang disajikan perusahaan dan informasi yang dianggap relevan bagi investor.

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan dan dapat diukur melalui indikator seperti total aset, total penjualan bersih, atau kapitalisasi pasar (Kurniawan & Samhaji, 2020). Karakteristik ini dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjaga kelangsungan usaha, memenuhi kewajiban, serta memanfaatkan peluang pertumbuhan. Pada konteks keuangan, ukuran perusahaan umumnya diukur melalui total aset, total penjualan, atau kapitalisasi pasar karena indikator tersebut mampu menggambarkan kapasitas ekonomi dan skala aktivitas operasional perusahaan. Perusahaan dengan skala yang lebih besar biasanya memiliki kemudahan akses terhadap pendanaan, struktur organisasi yang lebih teratur, dan tingkat kepercayaan pasar yang lebih tinggi sehingga dinilai lebih mampu menciptakan nilai bagi pemegang saham (Susanto & Suryani, 2024). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula kapasitas sumber daya dan peluang pasar yang dimiliki, sehingga pada akhirnya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan (Umairoh *et al.*, 2025). Temuan ini konsisten dengan pandangan bahwa perusahaan berskala besar cenderung memperoleh penilaian pasar yang lebih baik karena dipersepsikan lebih mampu mempertahankan kinerja dan menghadapi persaingan (Fauzi *et al.*, 2025). Dari sudut pandang investor, ukuran perusahaan juga berperan sebagai sinyal kemampuan perusahaan dalam

menanggung risiko dan menjalankan strategi jangka panjang sehingga perusahaan yang lebih besar sering kali mendapat valuasi lebih tinggi. Khusus pada subsektor *consumer non-cyclicals*, ukuran perusahaan menjadi relevan karena kegiatan distribusi, pengelolaan persediaan, dan pengembangan produk membutuhkan struktur aset serta kapasitas operasi yang relatif besar.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada industri jasa keuangan syariah (Fauzi *et al.*, 2025). Pada perusahaan manufaktur subsektor plastik dan kemasan terbukti berpengaruh signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan (Susanto & Suryani, 2024). Pada sektor *consumer non-cyclicals*, ukuran perusahaan juga ditemukan berpengaruh signifikan bersama dengan mekanisme tata kelola perusahaan (Umairoh *et al.*, 2025). Namun, hasil yang berbeda muncul pada sektor energi karena ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Alifian & Susilo, 2024). Penelitian pada sektor teknologi bahkan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Fadilah & Rahmat, 2025). Temuan serupa terlihat pada subsektor jasa perindustrian yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Sunarya *et al.*, 2025). Keragaman hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai

perusahaan belum konsisten antar sektor, sehingga masih perlu dikaji lebih lanjut pada emiten sektor *consumer non-cyclicals* periode 2021–2024.

Leverage merupakan salah satu aspek penting dalam struktur modal yang ikut dipertimbangkan investor. Sejumlah penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan *leverage* tidak selalu mampu meningkatkan nilai perusahaan, bahkan pada beberapa kasus justru berkaitan dengan penurunan nilai perusahaan. *Leverage* yang diukur dengan *debt to equity ratio* (DER) terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena penambahan utang dipandang memperbesar risiko keuangan yang harus ditanggung perusahaan sehingga pasar merespons dengan menurunkan valuasi (Tandrio & Handoyo, 2023). Penelitian lain menemukan bahwa *leverage* yang diukur dengan rasio hutang cenderung bertanda negatif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya karena banyak perusahaan lebih mengandalkan pendanaan dari modal sendiri seperti laba ditahan dan modal saham, sehingga perubahan tingkat hutang tidak cukup direspons pasar untuk mengubah valuasi (Eleonora & R, 2024). Temuan serupa juga disampaikan oleh Riani & Setyabudi (2024) yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa penambahan maupun pengurangan pendanaan berbasis utang belum mampu mengubah nilai perusahaan secara berarti, sehingga dalam konteks ini *leverage* belum menjadi faktor yang memberi

sinyal kuat kepada investor sebagaimana diasumsikan dalam *trade off theory*.

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan belum menunjukkan pola yang konsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa *leverage* yang diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terlihat pada perusahaan sub-sektor makanan dan minuman, ketika peningkatan DER yang dikelola secara hati-hati berhubungan dengan kenaikan *Price to Book Value* (PBV) karena penggunaan utang mampu mendorong peningkatan laba dan pada akhirnya nilai perusahaan (Purnomo *et al.*, 2024). Temuan serupa muncul pada sektor industri dasar dan kimia, di mana *leverage* bersama dengan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Christiaan & Jusup, 2023). Serta pada sektor teknologi melalui struktur modal yang umumnya diukur dengan DER yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Anita *et al.*, 2025).

Hasil yang berbeda muncul pada penelitian perbankan yang menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Riani & Setyabudi, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh Tandrio & Handoyo (2023) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan, sehingga peningkatan DER justru diikuti penurunan nilai perusahaan karena pasar menilai risiko keuangan perusahaan meningkat. Keberagaman temuan tersebut memperlihatkan bahwa *leverage* tidak selalu dipersepsikan sama

oleh investor pada setiap sektor, sehingga pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan masih perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada emiten sektor *consumer non-cyclicals* periode 2021–2024. Dalam penelitian ini, *leverage* dipandang dapat menurunkan nilai perusahaan apabila perusahaan menggunakan utang dalam jumlah yang terlalu tinggi. Tingkat utang yang besar dapat meningkatkan beban bunga, risiko gagal bayar, dan tekanan terhadap arus kas perusahaan. Kondisi tersebut dapat membuat investor memberikan respons negatif, terutama jika perusahaan dinilai memiliki risiko keuangan yang tinggi.

Penelitian mengenai nilai perusahaan di Indonesia selama ini lebih banyak difokuskan pada sektor manufaktur dan perbankan, sehingga temuan empiris untuk perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat di BEI periode 2021–2024 masih relatif terbatas. Pada saat yang sama, praktik pengungkapan *sustainability reporting* di Indonesia masih berada pada tahap penyesuaian dari pedoman lama menuju standar pelaporan yang lebih mutakhir sehingga tingkat kelengkapan dan kedalaman laporan keberlanjutan antaremiten belum seragam dan perlu dikaji kembali keterkaitannya dengan nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan menunjukkan perbedaan antar sektor, sehingga hubungan tersebut penting untuk diuji ulang pada sektor yang karakter arus kasnya relatif stabil seperti *consumer non-cyclicals*. Sektor ini dipilih karena berperan menjaga konsumsi dasar masyarakat dan tetap beroperasi pada berbagai fase siklus

ekonomi, sehingga menarik untuk dianalisis faktor-faktor yang dapat menjelaskan variasi nilai perusahaannya.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk membuat proposal penelitian dengan judul : **PENGARUH *SUSTAINABILITY REPORTING*, UKURAN PERUSAHAAN, DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2021-2024.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan pada emiten sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2024 diduga dipengaruhi oleh *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage*. Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan yang akan diteliti dapat dirumuskan dalam bentuk pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah *sustainability reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada emiten sektor *Consumer non-cyclicals* di BEI periode 2021–2024?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada emiten sektor *Consumer non-cyclicals* di BEI periode 2021–2024?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada emiten sektor *Consumer non-cyclicals* di BEI periode 2021–2024?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan dalam penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu maka penulis membatasi:

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor *Consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021–2024.
2. Penelitian ini dilaksanakan pada periode 2021–2024 (selama 4 tahun).
3. Variabel pada penelitian ini dibatasi pada nilai perusahaan, *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage*:
 - a. Nilai Perusahaan
Variabel nilai perusahaan diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV), dihitung dari harga penutupan (*closing price*) akhir tahun.
 - b. *Sustainability reporting*
Pengungkapan *sustainability reporting* dalam kerangka CSR diukur menggunakan *Sustainability Report Disclosure Index* (SRDI) berbasis standar GRI-G4, yang mencakup 91 item pengungkapan (Sari & Wahidahwati, 2021).
 - c. Ukuran Perusahaan
Ukuran Perusahaan diproksikan dengan $\ln(\text{Total Aset})$ pada akhir tahun laporan.
 - d. *Leverage*
Leverage diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER).

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan pada emiten sektor *Consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021–2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada emiten sektor *Consumer non-cyclicals* periode 2021–2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada emiten sektor *Consumer non-cyclicals* periode 2021–2024.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan pembaca mengenai investasi dan pasar modal, khususnya terkait pengaruh *sustainability reporting*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada emiten sektor *Consumer non-cyclicals*.
 - b. Hasil penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai referensi serta masukan untuk penelitian yang selanjutnya pada masa yang akan datang.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi perusahaan (emiten): Memberikan masukan dalam perumusan kebijakan pengungkapan keberlanjutan (SR), pengelolaan

skala/pertumbuhan aset, dan struktur pendanaan (*leverage*) yang lebih efektif untuk mendukung peningkatan nilai perusahaan.

- b. Bagi investor/analisis: Menjadi bahan pertimbangan keputusan investasi, dengan memperhatikan keterbukaan keberlanjutan, ukuran, dan struktur permodalan sebagai faktor yang memengaruhi valuasi pada sektor *Consumer non-cyclicals*.
- c. Bagi penulis/akademisi: Menambah wawasan dan keterampilan analisis pasar modal, metodologi penelitian kuantitatif, serta memperdalam pemahaman mengenai dinamika nilai perusahaan dan determinannya di BEI.

