

ABSTRAK

Perkembangan isu keberlanjutan dan digitalisasi mendorong perusahaan untuk memperkuat transparansi dan meningkatkan kualitas pengungkapan informasi sebagai upaya menjaga nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Strategi Lingkungan Proaktif dan Transformasi Digital terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel 42 perusahaan selama periode 2020–2024.

Data diperoleh melalui laporan tahunan perusahaan dan dianalisis menggunakan regresi data panel. Pemilihan model dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier, yang menunjukkan bahwa model terbaik untuk penelitian ini adalah Random Effect Model (REM). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa secara simultan variabel Strategi Lingkungan Proaktif dan Transformasi Digital tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengungkapan strategi lingkungan maupun penerapan transformasi digital pada periode penelitian belum mampu menciptakan perubahan signifikan terhadap persepsi pasar terkait nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu mengembangkan kualitas implementasi keberlanjutan dan digitalisasi secara lebih mendalam agar dapat memberikan dampak ekonomis yang lebih terlihat bagi investor.

Kata Kunci: Strategi Lingkungan Proaktif, Transformasi Digital, Nilai Perusahaan, Random Effect Model.