

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Studi ini diorientasikan untuk menguji sekaligus menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia kurun waktu 2021–2025. Berdasarkan pada rangkaian estimasi data serta pengujian hipotesis yang telah dipaparkan sebelumnya, diperoleh beberapa poin kesimpulan inti sebagai berikut.

1. Profitabilitas terbukti berdampak positif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* di BEI periode 2021–2025, menandakan bahwa eskalasi laba secara linier mengerek valuasi pasar emiten. Keuntungan yang superior merefleksikan kinerja solid yang direspons sebagai sinyal positif oleh pelaku pasar. Sentimen ini mengeskalasi kredibilitas perusahaan di mata investor dan memicu penguatan nilai pasar korporasi. Hasil riset ini memperkuat keabsahan teori sinyal (*Signaling Theory*) mengenai urgensi informasi laba dalam keputusan investasi.
2. Likuiditas terbukti berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* di BEI periode 2021–2025, mengindikasikan bahwa rasio likuiditas yang terlalu tinggi justru mereduksi penilaian pasar. Fenomena ini mencerminkan adanya akumulasi aset lancar non-produktif (*idle asset*) yang tidak diputar secara optimal. Akibatnya, para pemodal menginterpretasikan kondisi tersebut sebagai bentuk inefisiensi manajerial dalam mengalokasikan sumber daya internal perusahaan.

3. leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor consumer goods yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025. Hasil ini menegaskan bahwa proporsi penggunaan liabilitas bukan merupakan determinan utama yang mengintervensi nilai pasar emiten. Para pelaku pasar di industri barang konsumsi terbukti lebih selektif dalam menyoroti kapasitas korporasi mencetak laba bersih ketimbang mempersoalkan komposisi strategi pendanaannya.
4. Skala ukuran perusahaan terbukti tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan sektor *consumer goods* di BEI periode 2021–2025. Temuan ini menegaskan bahwa kuantitas total aset yang dikuasai korporasi tidak secara otomatis mengerek penilaian pasar jika tidak dibarengi dengan efisiensi pengelolaan modal yang optimal. Para pemodal cenderung mengabaikan dimensi fisik perusahaan dan lebih selektif dalam menyoroti mutu tata kelola aset serta performa operasional emiten secara menyeluruh.

5.2 Saran

Mengacu pada poin-poin kesimpulan yang telah dipaparkan, terdapat beberapa saran strategis yang dapat direkomendasikan bagi pihak-pihak berkepentingan sebagai berikut.

1. Bagi kajian mendatang, disarankan untuk mengintegrasikan variabel penjelas baru yang memiliki relevansi kuat terhadap fluktuasi nilai pasar emiten. Beberapa indikator potensial yang dapat diposisikan sebagai variabel independen maupun pemoderasi antara lain kebijakan dividen, tata kelola perusahaan (*good corporate governance*), laju pertumbuhan korporasi, serta porsi kepemilikan manajerial.

2. Keluasan generalisasi hasil penelitian dapat ditingkatkan dengan cara memperbanyak cakupan sektor industri di luar bisnis barang konsumsi (*consumer goods*) qtau mengekstensi horizon waktu pengamatan. Penambahan densitas sampel ini krusial demi menyajikan kesimpulan yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat representativitas data yang tinggi.
3. Riset berikutnya direkomendasikan untuk memperpanjang rentang periode observasi sekaligus memperbanyak unit sampel analisis. Pendekatan ini ditujukan agar mampu memberikan potret empiris yang lebih utuh terkait dinamika kontribusi profitabilitas (ROE), likuiditas (CR), *leverage* (DER), serta skala usaha (*firm size*) dqlam mengintervensi nilai perusahaan.
4. Mengingat adanya ketidakkonsistenan hasil (*research gap*) pqda pengujian variabel *leverage* dan ukuran perusahaan, agenda riset berikutnya perlu melakukan telaah lebih mendqlam pqda kedua pilar tersebut. Akurasi dan ketajaman analisis dapat dioptimalkan dengan cara melibatkan variabel kontrol qtau moderasi, seperti kebijakan dividen, mekanisme GCG, qtaupun pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).