

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan:

1. Gambaran umum nilai dan kinerja keuangan perusahaan subsektor retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2024 menunjukkan keseragaman antar emiten. Pengujian terhadap Nilai Perusahaan (PBV), Likuiditas (Current Ratio), Solvabilitas (DAR), Profitabilitas (ROA) dan Ukuran Perusahaan memperlihatkan adanya perbedaan kemampuan perusahaan dalam memenuhi standar keuangan yang mencerminkan nilai dan kinerja perusahaan yang menyeluruh. MAPA merupakan satu-satunya perusahaan yang secara konsisten memenuhi seluruh indikator keuangan yang menandakan kondisi keuangan yang realtif sehat, struktur permodalan yang terkendali, tingkat likuiditas yang baik serta mampu menghasilkan laba yang optimal. Selain itu ACES, MAPI, SLIS dan SONA mampu memenuhi sebagian besar indikator namun masih menunjukkan kelemahan pada variabel tertentu, khususnya profitabilitas dan likuiditas sehingga nilai perusahaan belum sepenuhnya optimal. Di sisi lain CSAP, ECII, IMAS, dan LPPF belum mampu memenuhi sebagian besar indikator keuangan yang digunakan dalam penelitian ini sehingga mengindikasikan adanya permasalahan dalam pengelolaan asset, efisiensi operasional maupun struktur pendanaan perusahaan. Ketidakmampuan ini

dapat menjadi sinyal negative bagi investor karena mencerminkan tingginya resiko keuangan dan rendahnya kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah secara berkelanjutan.

2. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel likuiditas memiliki koefisien regresi sebesar 0,35 dengan nilai probabilitas 0,0135, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% (0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan likuiditas akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,35. Kondisi tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek serta menjaga kelancaran operasional. Hasil ini sejalan dengan Teori Sinyal (Signaling Theory) yang dikemukakan oleh Ross (1977), yang menyatakan bahwa tingkat likuiditas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor mengenai stabilitas keuangan perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar dan nilai perusahaan.
3. Solvabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis, solvabilitas memiliki koefisien regresi sebesar -0,266 dengan nilai probabilitas 0,03356, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan tingkat solvabilitas akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,266. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan utang yang berlebihan meningkatkan risiko keuangan dan beban bunga perusahaan. Hasil ini selaras dengan Teori Struktur Modal, khususnya Trade-Off Theory (Modigliani & Miller), yang

menjelaskan bahwa meskipun penggunaan utang dapat memberikan manfaat pajak, tingkat utang yang terlalu tinggi justru akan meningkatkan risiko kebangkrutan dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

4. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,238 dengan nilai probabilitas 0,0285, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Artinya, setiap peningkatan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,238. Kondisi ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara optimal dari aset yang dimiliki. Temuan ini sejalan dengan Teori Sinyal, di mana tingkat profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kinerja dan prospek perusahaan di masa depan, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan di pasar.

5. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai.

Berdasarkan hasil analisis, ukuran perusahaan memiliki koefisien sebesar -0,193 dengan nilai probabilitas 0,0346, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan ukuran perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,193. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan skala yang lebih besar belum tentu mampu mengelola aset secara efisien. Hasil ini sejalan dengan Agency Theory (Jensen & Meckling, 1976), yang menyatakan bahwa perusahaan berukuran besar cenderung menghadapi masalah keagenan yang lebih

kompleks, seperti inefisiensi operasional dan konflik kepentingan, yang dapat menekan nilai perusahaan.

6. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan kemampuan model yang kuat dalam menjelaskan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai Adjusted R-Square sebesar 0,700963, yang berarti bahwa 70% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel likuiditas, solvabilitas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki tingkat kemampuan penjelasan yang kuat dan relevan dalam mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada subsektor retail.

4.5.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, maka penulis menganjurkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Perusahaan Retail:

Manajemen perusahaan subsektor retail perlu menjaga tingkat likuiditas pada posisi yang sehat agar tetap mampu memenuhi kewajiban jangka pendek dan mempertahankan kepercayaan investor. Selain itu, manajemen harus fokus pada peningkatan profitabilitas dengan mengoptimalkan strategi penjualan, efisiensi biaya, serta diversifikasi produk agar dapat menciptakan laba yang berkelanjutan. Terkait struktur modal manajemen perlu berhati-hati dalam penggunaan utang sebagai sumber pendanaan karena

proporsi utang yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan persepsi investor. Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk menyeimbangkan struktur modal dengan mengutamakan pendanaan internal atau ekuitas sehingga resiko diminimalkan. Selanjutnya untuk ukuran perusahaan yang besar tidak menjamin peningkatan nilai perusahaan apabila tidak diikuti dengan efisiensi operasional. Perusahaan retail yang berskala besar disarankan untuk lebih menekankan pada pengelolaan manajemen yang efektif, pemanfaatan teknologi digital, serta strategu pemasaran yang adaptif terhadap perilaku konsumen.

2. Bagi Peneliti Masa Depan:

- a) Menambahkan variabel independen lain seperti struktur kepemilikan, kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, atau faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi yang juga dapat memengaruhi nilai perusahaan.
- d) Memperluas cakupan objek penelitian dengan menyertakan perusahaan dari subsektor lain atau memperpanjang periode observasi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.
- c) Menggunakan metode analisis alternatif seperti regresi dinamis, model moderasi atau mediasi, atau pendekatan kuantitatif lainnya agar dapat menangkap hubungan yang lebih kompleks antar variabel.