

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini diarahkan untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, perencanaan pajak, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2025. Berdasarkan hasil analisis regresi data panel, pengujian hipotesis, dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Profitabilitas berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba secara optimal dari modal yang dimiliki cenderung memiliki daya tarik lebih bagi investor. Kemampuan tersebut mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan memberikan gambaran mengenai prospek perusahaan pada masa mendatang, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dalam menilai perusahaan.
2. Penggunaan utang belum menjadi faktor utama yang menentukan nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub-sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025. Investor tidak hanya memperhatikan besarnya utang, tetapi juga dapat mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam mengelola kewajiban,

menghasilkan laba, dan menjaga kestabilan keuangan. Oleh karena itu, penggunaan utang perlu disesuaikan dengan kemampuan keuangan dan kebutuhan operasional perusahaan agar tidak menimbulkan beban yang berlebihan.

3. Perencanaan pajak memiliki peran positif dalam meningkatkan nilai perusahaan pada sektor consumer non-cyclicals sub-sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi pengelolaan kewajiban perpajakan yang dilakukan secara legal dan efektif mencerminkan tingginya kualitas tata kelola serta kapabilitas manajemen dalam mengoptimalkan beban usaha, sehingga mampu menciptakan sentimen positif di mata investor yang berujung pada peningkatan apresiasi pasar terhadap nilai perusahaan.
4. Ukuran perusahaan berbanding terbalik dengan tingkat nilai perusahaan pada sektor consumer non-cyclicals sub-sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025, sehingga kondisi ini mengindikasikan bahwa skala entitas yang semakin besar dan mature tidak secara otomatis mendorong peningkatan penilaian pasar, mengingat entitas berskala besar cenderung menghadapi laju pertumbuhan yang makin melambat, tingkat birokrasi internal yang rumit, serta potensi biaya keagenan (agency costs) yang lebih tinggi dibandingkan entitas yang berukuran lebih kecil.

5.2 Saran

Mengacu pada kesimpulan, pembahasan, serta keterbatasan yang ditemukan dalam proses penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan bagi peneliti selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek penelitian dengan melibatkan sektor atau sub-sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperpanjang periode pengamatan penelitian guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola hubungan jangka panjang antarvariabel.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, seperti likuiditas, kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, maupun struktur kepemilikan, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai determinan nilai perusahaan.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan proksi pengukuran alternatif untuk variabel *leverage* dan ukuran perusahaan guna menguji konsistensi hasil penelitian ini.

5.3 Keterbatasan dan Implikasi Penelitian

5.3.1 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian:

1. Penelitian ini hanya membatasi objek pengamatan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals sub-sektor food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga hasil temuan dan generalisasinya belum tentu dapat merepresentasikan perilaku sektor lain yang memiliki karakteristik operasional dan struktur pendanaan yang berbeda.
2. Periode pengamatan dalam penelitian ini relatif singkat, yaitu hanya empat tahun (2022-2025), sehingga belum sepenuhnya mampu menggambarkan pola hubungan jangka panjang antara profitabilitas, *leverage*, perencanaan pajak, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Proses identifikasi dan penanganan outlier menyebabkan jumlah observasi berkurang dari 180 menjadi 170 observasi, sehingga sejumlah variasi data ekstrem yang mungkin mencerminkan kondisi riil pada beberapa perusahaan tidak turut dianalisis dalam model penelitian.
4. Nilai *Adjusted R-squared* yang diperoleh tergolong rendah, yaitu sebesar 13,69%, yang menunjukkan bahwa masih terdapat banyak faktor lain di luar model penelitian ini yang turut memengaruhi nilai perusahaan pada sektor *consumer non-cyclicals sub-sektor food and beverage*.

5.3.2 Implikasi Penelitian

Terlepas dari keterbatasan tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi berupa implikasi penting secara teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya literatur akuntansi keuangan dan perpajakan, khususnya memperkuat integrasi antara *Agency Theory*, *Signaling Theory* dalam menjelaskan bagaimana profitabilitas, perencanaan pajak, dan ukuran perusahaan membentuk penilaian

pasar terhadap nilai perusahaan, terutama pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals sub-sektor food and beverage*. Temuan mengenai pengaruh negatif ukuran perusahaan juga memberikan tambahan bukti empiris mengenai fenomena *size effect* yang selama ini belum banyak diungkap pada konteks sektor tersebut.

Secara praktis, bagi manajemen perusahaan, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya menjaga tingkat profitabilitas serta menerapkan perencanaan pajak yang efektif sebagai strategi utama dalam meningkatkan nilai perusahaan, sekaligus mempertimbangkan secara cermat keputusan ekspansi skala usaha agar tidak menimbulkan kompleksitas keagenan yang dapat menurunkan penilaian pasar. Bagi investor, profitabilitas dan efektivitas perencanaan pajak dapat dijadikan indikator utama dalam menilai prospek perusahaan sektor *consumer non-cyclicals sub-sektor food and beverage*, sementara ukuran perusahaan dan tingkat *leverage* perlu dicermati secara lebih hati-hati karena tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan nilai perusahaan. Bagi regulator seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia, temuan ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mendorong transparansi pelaporan profitabilitas dan perencanaan pajak emiten guna mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat.