

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan maka ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Likuiditas (*Current Ratio*) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat likuiditas jangka pendek yang dimiliki perusahaan tidak menjadi pertimbangan utama investor dalam menentukan nilai perusahaan yang tercermin dalam nilai perusahaan. Artinya kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya tidak secara langsung mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

2. Solvabilitas (*Debt to Equity Ratio*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa besar kecilnya penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan terhadap investor. Hal ini mengindikasikan bahwa investor tidak mempertimbangkan tingkat leverage perusahaan sebagai faktor penentu dalam menentukan nilai perusahaan.

3. Profitabilitas (*Return On Assets*) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (*Price Earning Ratio*).

Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar atau sentimen investor yang dominan dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

5.2 Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memberikan beberapa kontribusi terhadap pengembangan teori di bidang manajemen keuangan, khususnya terkait valuasi perusahaan pada sektor kosmetik.

Temuan bahwa *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, dan *Return on Assets* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Price to Earnings Ratio* memberikan dukungan empiris terhadap *Efficient Market Hypothesis* (Fama, 1970), khususnya pada bentuk semi-strong. Hal ini mengindikasikan bahwa informasi rasio keuangan historis mungkin telah terefleksi dalam harga saham secara cepat, sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda yang signifikan dalam pembentukan PER pada periode pengamatan.

hasil non-signifikan ini juga relevan dengan *Noise Trader Theory*, yang menjelaskan bahwa pergerakan harga saham—dan dengan demikian PER—dapat lebih dipengaruhi oleh sentimen pasar, spekulasi investor, dan faktor non-fundamental lainnya dibandingkan rasio keuangan tradisional. Hal ini penting

khususnya pada sektor kosmetik yang cenderung sensitif terhadap tren, citra merek, dan persepsi konsumen.

5.3 Implikasi Terapan

Bagi manajemen perusahaan, hendaknya tidak hanya berfokus pada peningkatan rasio keuangan seperti *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, dan *Return On Assets* dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan perlu memperlihatkan faktor-faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap persepsi investor, seperti kebijakan dividen, tata kelola perusahaan yang baik, serta strategi komunikasi yang efektif kepada publik dan investor terkait prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Bagi investor dan calon investor sebaiknya tidak hanya mengandalkan rasio keuangan seperti likuiditas, solvabilitas, dan profitabilitas sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Investor perlu melakukan analisis yang lebih komprehensif dengan mempertimbangkan faktor eksternal seperti kondisi makroekonomi, sentimen pasar, serta kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan.

Bagi akademisi dan penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang diduga memiliki pengaruh lebih kuat terhadap nilai perusahaan, seperti kebijakan dividen, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan faktor makroekonomi seperti tingkat inflasi dan suku bunga. Selain itu, perluasan periode penelitian dan penambahan jumlah sampel perusahaan juga diharapkan dapat memberikan hasil yang lebih akurat.