

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji model nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2024 pada konteks pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan beta saham sebagai variabel moderasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pertama, profitabilitas (NPM) berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai signifikansi 0,0486. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan laba bersih justru dikaitkan dengan penurunan penilaian pasar terhadap perusahaan, yang diduga kuat disebabkan oleh dominasi sentimen negatif akibat isu boikot produk yang diduga terafiliasi Israel. Dalam konteks ini, sinyal positif dari kinerja keuangan terdistorsi oleh tekanan eksternal non-keuangan.

Kedua, ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai signifikansi 0,0777. Temuan ini mengindikasikan bahwa skala operasional perusahaan yang besar, yang diukur melalui total penjualan, tidak menjadi jaminan bagi peningkatan nilai perusahaan di mata investor. Keunggulan skala mungkin dipandang tidak relevan atau bahkan sebagai kerentanan tambahan ketika perusahaan menghadapi tekanan reputasi dan sosial yang masif.

Ketiga, leverage (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai signifikansi 0,1274. Temuan ini mengindikasikan

bahwa struktur modal perusahaan, baik yang konservatif maupun agresif, bukan merupakan pertimbangan utama investor dalam periode penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa dalam lingkungan bisnis yang didominasi ketidakpastian eksternal, faktor fundamental keuangan tradisional seperti rasio utang kehilangan daya pengaruhnya dalam pembentukan valuasi.

Keempat, beta saham tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi interaksi sebesar 0,1538. Temuan ini mengindikasikan bahwa risiko sistematis pasar (beta) tidak mempengaruhi bagaimana profitabilitas perusahaan diterjemahkan menjadi nilai pasar. Efektivitas sinyal profitabilitas tampak independen dari volatilitas saham.

Kelima, beta saham tidak mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi interaksi sebesar 0,0573. Temuan ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya pengaruh ukuran perusahaan terhadap valuasi bersifat konstan, terlepas dari apakah saham tersebut termasuk volatil atau stabil. Sinyal dari skala operasional tidak diperkuat atau diperlemah oleh profil risiko pasar saham.

Keenam, beta saham mampu memoderasi dan memperkuat hubungan antara leverage dengan nilai perusahaan, dengan nilai signifikansi interaksi sebesar 0,0000 dan koefisien positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa pada saham dengan beta tinggi (lebih berisiko), peningkatan leverage justru dipersepsikan sangat positif oleh pasar, mungkin sebagai sinyal keyakinan manajemen yang kuat untuk tumbuh dan mengambil risiko yang terukur.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa dalam periode yang diwarnai isu sosial-politik sensitif seperti boikot, mekanisme hubungan keuangan tradisional dan peran moderator risiko pasar (β) dapat berubah atau kehilangan relevansinya. Sinyal non-keuangan terkait etika dan reputasi terbukti memiliki kekuatan yang sangat besar, bahkan mampu mendistorsi hubungan fundamental keuangan dan menetralkan peran moderator dari β saham, kecuali dalam konteks keputusan leverage yang berani.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, berikut saran yang dapat diberikan oleh penulis:

Peneliti selanjutnya disarankan untuk pengujian variabel moderasi alternatif di luar β saham sangat direkomendasikan, seperti corporate social responsibility (CSR) disclosure, reputasi perusahaan yang diukur melalui indeks atau survei, serta kualitas tata kelola korporasi (corporate governance), yang diduga memiliki daya penjas lebih kuat dalam memoderasi hubungan faktor keuangan dan nilai perusahaan, khususnya dalam lingkungan yang sarat dengan isu sosial, etika, dan tekanan stakeholder. Dan selanjutnya penting untuk melakukan penelitian komparatif antara perusahaan yang terindikasi terafiliasi dengan isu boikot (atau isu sensitif serupa) dan kelompok perusahaan yang tidak terafiliasi, guna mengidentifikasi perbedaan mendasar dalam mekanisme penilaian pasar, respons investor, dan ketahanan nilai perusahaan terhadap guncangan reputasi. Dalam upaya untuk menangkap kompleksitas hubungan antar variabel, disarankan menerapkan metode analisis yang lebih robust seperti analisis jalur (path analysis)

atau pemodelan persamaan struktural (Structural Equation Modeling/SEM) yang memungkinkan pengujian hubungan langsung, tidak langsung, dan simultan dalam satu kerangka analisis terintegrasi. Terakhir, guna menguji validitas eksternal dan generalisasi temuan, penelitian mendatang dapat memperluas objek studi ke sektor industri lain di luar makanan dan minuman, seperti sektor teknologi, keuangan, atau jasa, yang mungkin memiliki karakteristik risiko, regulasi, dan sensitivitas pasar yang berbeda.

