

BAB 1

PENDAHULUAN

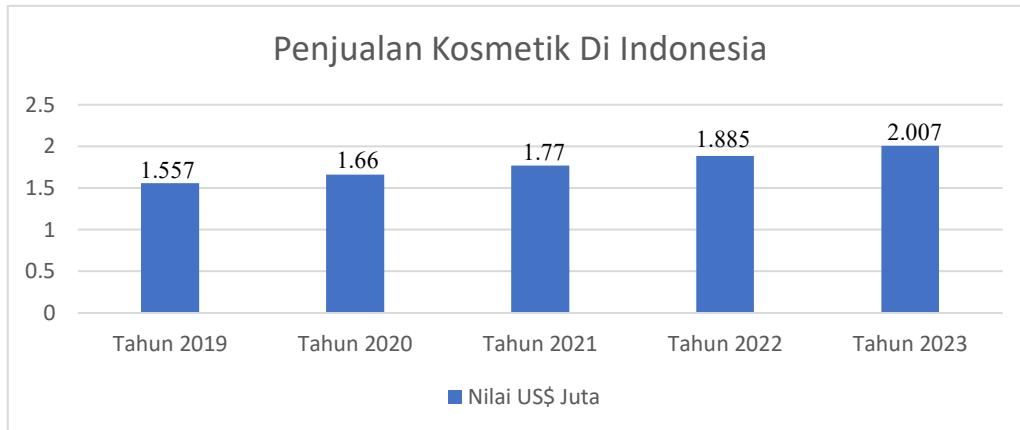
1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis pada tingkat global yang terus mengalami perluasan telah menyebabkan persaingan antarperusahaan menjadi semakin kompleks dan menantang. Dalam konteks ini, perusahaan dituntut untuk menyusun strategi yang tepat guna mempertahankan eksistensinya di pasar yang kompetitif. Fokus utama dari sebuah perusahaan adalah bagaimana meningkatkan profitability atau keuntungan secara maksimal, yang pada akhirnya akan memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada para pemegang sahamnya. Selain itu, terdapat pula dorongan untuk turut mendukung terciptanya stabilitas dan kemakmuran dalam aspek politik (*political prosperity*) sebagai bagian dari kontribusi terhadap lingkungan eksternal perusahaan (Kartim *et al.*, 2023). Ketika perusahaan berhasil memperoleh laba yang signifikan, maka tingkat kepercayaan dari para investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan long-term profit serta memberikan attractive returns pun akan meningkat secara substansial.

Pertumbuhan sektor industri di Tanah Air diharapkan mampu menunjukkan daya saing yang semakin kuat dalam skala internasional dari waktu ke waktu. Salah satu cabang industri yang menunjukkan perkembangan signifikan adalah sub sektor yang berkaitan dengan produk kosmetik dan kebutuhan rumah tangga. Sub sektor ini termasuk dalam kategori *Consumer Goods Industry* atau Industri Barang Konsumsi, dan telah mencatatkan kehadirannya secara aktif di Bursa Efek Indonesia.

Bidang ini mencakup berbagai produk yang berkaitan dengan perawatan tubuh dan rumah tangga, antara lain kosmetika, parfum atau *fragrance*, perawatan rambut, serta produk-produk makanan dan minuman. Di dalam sub sektor ini, tercatat ada tujuh perusahaan yang telah menjadi bagian dari emiten di *Bursa Efek Indonesia*, meskipun waktu pencatatan masing-masing perusahaan berbeda-beda. Beberapa di antaranya adalah PT Akasha Wira International Tbk dengan kode saham ADES, PT Kino Indonesia Tbk yang berkode KINO, PT Cottonindo Ariesta Tbk (KPAS), PT Martina Berto Tbk (MBTO), PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), serta PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

Dalam kehidupan modern saat ini, keberadaan kosmetik telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kebutuhan masyarakat sehari-hari. Produk-produk kosmetik tidak hanya digunakan sebagai alat untuk mempercantik atau memperbaiki penampilan semata, tetapi juga telah menjadi komponen penting dalam rutinitas harian, sejajar dengan barang-barang rumah tangga lainnya yang selalu ada dalam kehidupan manusia (Indriani, 2021). Lebih lanjut, kondisi geografis Indonesia yang terletak di wilayah beriklim tropis turut mendorong pentingnya pemanfaatan kosmetik. Iklim yang panas dan lembap menyebabkan masyarakat merasa perlu menggunakan kosmetik tidak hanya untuk alasan estetika, tetapi juga demi menjaga dan mendukung kesehatan kulit serta kebersihan tubuh secara keseluruhan (Sadiyah, 2021).



Sumber: tirto.id

Gambar 1.1 Penjualan Kosmetik Di Indonesia

Berdasarkan grafik yang ditampilkan, tampak adanya tren peningkatan penjualan produk kosmetik di Indonesia dari tahun ke tahun. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2022, total nilai penjualannya mencapai sekitar US\$ 1,8 miliar. Kemudian, pada tahun berikutnya yaitu 2023, nilai tersebut mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, yakni mencapai US\$ 2 miliar. Melihat pertumbuhan yang konsisten tersebut, tidak mengherankan apabila Sandiaga Uno menyampaikan prediksinya bahwa Indonesia berpotensi untuk menempati posisi kelima sebagai pasar kosmetik terbesar di dunia dalam kurun waktu sekitar 5 hingga 10 tahun mendatang.

Berdasarkan informasi yang dilaporkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pelaku usaha di sektor industri kosmetik. Jika pada tahun 2022 jumlah perusahaan yang bergerak di bidang ini berjumlah 913, maka pada pertengahan tahun 2023 angka tersebut naik menjadi 1.010 perusahaan, menunjukkan pertumbuhan sebesar 21,9%. Selain perkembangan di pasar domestik, industri kosmetik nasional juga menunjukkan kinerja positif di pasar internasional. Dalam

kurun waktu Januari hingga November 2023, nilai ekspor dari produk kosmetik, *fragrance*, dan *essential oils* secara keseluruhan tercatat mencapai angka USD770,8 juta, mencerminkan daya saing produk lokal di kancah global.

Industri kosmetik di Indonesia mencakup berbagai jenis produk, namun produk-produk yang tergolong dalam kategori *personal care* atau perawatan diri mencatatkan dominasi tertinggi di pasar. Pada tahun 2022, segmen ini mencatat nilai pasar mencapai sekitar USD3,18 miliar. Setelahnya, peringkat kedua ditempati oleh produk *skincare* dengan kontribusi sebesar USD2,05 miliar. Di urutan ketiga terdapat produk kosmetik dekoratif dengan nilai sekitar USD1,61 miliar, lalu diikuti oleh produk-produk *fragrance* atau wewangian yang mencatatkan nilai pasar sebesar USD39 juta.

Jika dilihat dari perspektif potensi pasar di tingkat nasional, perkiraan untuk tahun 2023 memperlihatkan adanya peluang peningkatan drastis yang bisa mencapai sebanyak 467.919 unit produk. Angka tersebut mencerminkan pertumbuhan yang melebihi sepuluh kali lipat dibandingkan dengan data lima tahun lalu. Di sisi lain, pasar kosmetik pada skala global diperkirakan akan menunjukkan perkembangan yang cukup stabil, dengan estimasi nilai mencapai USD473,21 miliar pada tahun 2028. Tingkat *compound annual growth rate* (CAGR) yang diantisipasi untuk sektor ini berkisar sekitar 5,5% setiap tahunnya.

Indonesia merupakan negara dengan peluang pasar yang sangat besar dan menjanjikan, khususnya dalam sektor industri kosmetik yang terus mengalami pertumbuhan pesat. Kondisi ini memberikan kesempatan strategis bagi para pelaku usaha di bidang tersebut untuk menarik perhatian dan minat dari kalangan investor, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Dalam hal ini,

pemahaman yang mendalam dari para investor terhadap nilai yang dimiliki oleh suatu industri memegang peranan penting, sebab persepsi tersebut mencerminkan sejauh mana tingkat kesejahteraan dan keberhasilan telah diraih oleh suatu entitas bisnis. Konsep nilai perusahaan dapat diartikan sebagai bentuk penilaian atau pandangan dari para investor mengenai tingkat efektivitas dan kesuksesan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, yang dalam praktiknya sering kali direfleksikan melalui harga saham di pasar modal. Ketika harga saham suatu perusahaan berada pada posisi yang tinggi, hal tersebut biasanya menunjukkan bahwa nilai perusahaan tersebut juga sedang berada dalam kondisi yang menguntungkan. Tidak hanya itu, nilai perusahaan yang meningkat secara signifikan akan memperkuat kepercayaan pasar terhadap kinerja keuangan perusahaan, bukan hanya untuk periode berjalan, tetapi juga terhadap potensi pertumbuhan dan ekspansi yang mungkin terjadi di masa mendatang (Amrulloh & Amalia, 2020).

Kemampuan manajerial dalam mencapai sasaran strategis perusahaan merupakan faktor utama yang menunjukkan tingkat keberhasilan pengelolaan organisasi, karena pencapaian tersebut dapat berdampak signifikan terhadap berbagai aspek internal maupun eksternal, termasuk persepsi terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan (Baihaqi *et al.*, 2021). Untuk menilai seberapa besar nilai sebuah entitas bisnis, terdapat sejumlah indikator keuangan yang umum digunakan dalam praktik maupun penelitian. Di antara ukuran yang sering dijadikan tolok ukur adalah Tobin's Q, *Price Earnings Ratio (PER)*, serta *Enterprise Value (EV)*, yang berfungsi dalam menggambarkan nilai pasar relatif terhadap ukuran fundamental perusahaan. Selain itu, dikenal pula metode seperti *Market Value of*

Equity (MVE), *Price to Book Value (PBV)*, *Market to Book Value (M/B)*, dan *Market to Book Ratio (MBR)*, yang semuanya memiliki peranan penting dalam memberikan penilaian menyeluruh terhadap valuasi perusahaan di mata investor maupun analisis keuangan.

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan menerapkan metode *Price to Book Value* atau disingkat PBV. Indikator keuangan ini merepresentasikan rasio antara harga pasar saham suatu perusahaan dengan nilai buku dari saham tersebut. Dengan menggunakan rasio PBV, dapat dilakukan penilaian terhadap apakah harga saham yang berlaku saat ini mencerminkan nilai intrinsik perusahaan secara tepat, atau justru berada dalam kondisi *undervalued* (di bawah nilai wajar) maupun *overvalued* (di atas nilai sebenarnya). Keberadaan rasio ini sangat berguna bagi para investor karena dapat dijadikan acuan dalam menyusun strategi investasi, khususnya dalam memproyeksikan kemungkinan keuntungan ataupun risiko kerugian yang mungkin terjadi di masa depan. Sebagai salah satu alat ukur dalam evaluasi finansial, *Price to Book Value* juga berperan penting dalam menilai seberapa besar kepercayaan pasar terhadap kekuatan fundamental perusahaan. Secara umum, apabila nilai PBV berada di atas angka satu, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa perusahaan bersangkutan memiliki pondasi keuangan yang cukup kuat dan diyakini oleh pasar memiliki prospek yang stabil (Yulianti *et al.*, 2024).

Di samping hal tersebut, terdapat berbagai *variabel* yang dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk atau menentukan seberapa besar nilai suatu perusahaan di mata pemangku kepentingan. Beberapa faktor utama yang dimaksud meliputi kebijakan dalam menyusun struktur modal, tingkat kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan laba atau profitabilitas, serta mekanisme pengelolaan perusahaan yang dikenal sebagai tata kelola perusahaan. Istilah struktur modal merujuk pada susunan dari berbagai jenis pembiayaan yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjalankan operasionalnya, yang dapat berupa utang jangka pendek yang memiliki sifat tetap, pinjaman jangka panjang, serta instrumen ekuitas seperti saham preferen dan saham biasa. Berdasarkan pandangan dalam teori struktur modal, strategi perusahaan dalam menentukan sumber pendanaannya diarahkan untuk mencapai susunan modal yang mampu memberikan nilai tambah maksimal terhadap keseluruhan nilai entitas bisnis tersebut. Dengan demikian, apabila perusahaan dapat secara efektif menyeimbangkan antara modal eksternal berupa utang dan modal internal berupa ekuitas, maka harga saham perusahaan berpotensi mencapai tingkat tertinggi karena dinilai efisien dalam mengelola sumber daya finansialnya secara strategis (Zalukhu & Pratiwi, 2024).

Tingkat nilai perusahaan ternyata memiliki keterkaitan yang erat dengan indikator keuangan yang dikenal sebagai *Debt to Equity Ratio (DER)*, yaitu ukuran yang merepresentasikan perbandingan antara dana yang diperoleh dari kreditur atau pemberi pinjaman dengan modal yang disetor oleh para pemegang saham. Berdasarkan penjelasan yang dikemukakan oleh Jurizen dan Fatin (2020), ketika nilai DER dalam suatu entitas bisnis menunjukkan angka yang tinggi, hal tersebut menandakan bahwa perusahaan lebih banyak dibiayai oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri. Artinya, total kewajiban, baik dalam bentuk liabilitas jangka pendek maupun jangka panjang, memiliki proporsi yang lebih besar daripada jumlah ekuitas. Situasi semacam ini mencerminkan adanya ketergantungan

perusahaan yang cukup besar terhadap sumber pendanaan eksternal, yang pada akhirnya meningkatkan beban keuangan kepada pihak kreditor. Lebih jauh lagi, DER juga dapat berperan sebagai alat ukur dalam mengevaluasi tingkat penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan. Jika proporsi utang terlalu dominan, maka perusahaan akan dibebani oleh kewajiban pembayaran bunga yang tinggi, yang secara langsung dapat mengurangi laba bersih dan meningkatkan risiko finansial. Konsekuensinya, kondisi tersebut dapat menurunkan persepsi dan keyakinan investor terhadap prospek perusahaan, yang berujung pada penurunan nilai perusahaan secara keseluruhan (Listyawati & Kristiana, 2021).

Berdasarkan kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Wardoyo & Fauziah (2024), diperoleh temuan bahwa struktur modal memiliki hubungan yang bersifat positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin optimal komposisi pembiayaan yang dimiliki oleh suatu entitas bisnis, maka kecenderungan peningkatan nilai perusahaan juga akan semakin besar. Hasil ini menegaskan pentingnya pengelolaan struktur modal yang tepat dalam mendukung pencapaian nilai perusahaan yang maksimal. Akan tetapi, temuan tersebut tidak sepenuhnya sejalan dengan hasil yang dilaporkan oleh Suastra *et al.* (2023), yang dalam penelitiannya justru menemukan adanya hubungan negatif dan signifikan antara struktur modal dengan nilai perusahaan. Ketidaksesuaian hasil ini memberikan indikasi bahwa pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan tidak bersifat universal, melainkan sangat tergantung pada kondisi internal maupun eksternal dari masing-masing perusahaan, termasuk aspek industri, kebijakan manajerial, dan faktor lingkungan usaha tempat perusahaan tersebut beroperasi.

Penilaian terhadap tingkat nilai suatu entitas bisnis sangat bergantung pada seberapa besar tingkat profitabilitas yang mampu dicapai oleh perusahaan tersebut. Dalam konteks kajian ini, aspek profitabilitas diukur melalui salah satu indikator utama yaitu Return on Asset (ROA), sebagaimana diungkapkan oleh Munzir *et al.* (2023), yang menjadi acuan dalam mengukur efisiensi penggunaan aset dalam menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas merupakan salah satu instrumen penting dalam dunia keuangan yang digunakan untuk menganalisis performa laporan keuangan sebuah perusahaan secara lebih mendalam. Masing-masing metode dalam analisis keuangan memiliki pengertian tersendiri, tujuan yang berbeda, serta kegunaan yang disesuaikan dengan latar belakang dan kebutuhan pengguna data. Dalam hal ini, rasio profitabilitas digunakan secara spesifik untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan kegiatan operasionalnya agar menghasilkan laba secara maksimal, sesuai dengan standar kegiatan bisnis normal sebagaimana dijelaskan oleh Hery (2018).

Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan *profit* dalam jumlah signifikan dan dapat menjaga kestabilan pencapaian tersebut dari waktu ke waktu, umumnya akan menjadi pusat perhatian bagi para investor. Alasannya, situasi ini mencerminkan performa keuangan yang solid dan konsistensi dalam menciptakan laba, yang dianggap sebagai indikator utama kesehatan dan kinerja bisnis. Bagi kalangan investor, kondisi semacam ini menjadi pertanda atau *signal* positif bahwa perusahaan memiliki peluang pertumbuhan dan keberlanjutan yang baik di masa mendatang. Keberhasilan dalam menjaga tingkat profitabilitas juga berdampak langsung terhadap meningkatnya kepercayaan para pemilik modal terhadap potensi jangka panjang perusahaan. Dengan demikian, para investor akan

lebih mudah memperkirakan sejauh mana pendapatan yang mungkin dihasilkan oleh perusahaan, baik melalui kegiatan operasional seperti penjualan maupun aktivitas *investment* yang dijalankan (Rosid *et al.*, 2022).

Dalam penelitian yang dipublikasikan oleh Suastra dan rekan-rekannya (2023), terungkap bahwa profitabilitas memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketika tingkat profitabilitas mengalami kenaikan, secara otomatis nilai perusahaan juga akan menunjukkan tren peningkatan yang cukup berarti. Sebaliknya, pandangan yang disampaikan oleh Hidayat & Khotimah (2022) justru menegaskan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga menurut perspektif mereka, faktor ini dianggap kurang memiliki kekuatan yang cukup untuk secara langsung memengaruhi perubahan nilai perusahaan tersebut. Dengan demikian, terdapat perbedaan interpretasi mengenai peran profitabilitas dalam menentukan nilai perusahaan, yang membuka ruang diskusi lebih lanjut dalam kajian ini.

Selain struktur modal dan profitabilitas, terdapat faktor penting lainnya yang berperan signifikan dalam menentukan nilai suatu perusahaan, yaitu aspek tata kelola perusahaan. Istilah *corporate governance* merujuk pada sekumpulan aturan, kebiasaan, serta prosedur yang sengaja dirancang untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan operasional perusahaan agar berjalan dengan baik (Purbawangsa *et al.*, 2022). Secara fundamental, tujuan utama dari penerapan tata kelola perusahaan adalah menciptakan keseimbangan antara berbagai kepentingan para pemangku kepentingan yang ada, mulai dari pemegang saham, manajemen internal, hingga pelanggan, pemasok, investor, otoritas pemerintah, serta

masyarakat umum. Pentingnya *corporate governance* terletak pada kemampuannya menyediakan kerangka kerja yang menjadi fondasi bagi pencapaian tujuan strategis serta menjaga kesinambungan dan kelangsungan usaha perusahaan secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Beragam pendekatan dalam *corporate governance* harus diterapkan secara konsisten untuk meningkatkan nilai serta daya saing perusahaan yang bersangkutan. Pelaksanaan konsep *Good Corporate Governance (GCG)* didasarkan pada lima prinsip fundamental yang meliputi *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independence*, dan sejumlah prinsip pendukung lain yang relevan dengan konteks bisnis modern. Dalam praktik sehari-hari, kelima prinsip ini diintegrasikan ke dalam suatu mekanisme sistemik yang dirancang sedemikian rupa agar proses operasional perusahaan berjalan secara efisien dan sehat, sehingga mampu mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan sejak awal (Rusli *et al.*, 2020).

Sementara itu, hasil studi yang dilakukan oleh Yulianti dan rekan-rekannya pada tahun 2024 menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan memiliki efek positif yang nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan. Namun demikian, temuan lain dari penelitian Kusbandiyah *et al.* (2024) mengindikasikan adanya perbedaan, yaitu kepemilikan manajerial tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap perubahan nilai perusahaan. Hal ini menggarisbawahi kompleksitas hubungan antara struktur kepemilikan dan nilai korporasi yang memerlukan kajian lebih mendalam.

Setelah melakukan kajian terhadap berbagai riset terdahulu, masih terlihat adanya perbedaan pendapat maupun hasil temuan terkait bagaimana struktur modal,

tingkat profitabilitas, serta penerapan praktik *corporate governance* memengaruhi nilai yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kondisi inilah yang menjadi pemicu bagi peneliti untuk melakukan investigasi ulang guna memperoleh kepastian mengenai apakah variabel-variabel tersebut memberikan efek yang bersifat positif ataupun negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian kali ini, perhatian khusus diarahkan pada perusahaan-perusahaan yang tercatat sebagai entitas di Bursa Efek Indonesia, yang dijadikan objek utama dalam studi ini.

Dengan latar belakang tersebut, peneliti terdorong untuk menyusun sebuah karya ilmiah berupa skripsi dengan judul “Pengaruh *Capital Structure*, *Profitability*, dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI)”. Tujuan utama penelitian ini adalah memberikan gambaran empiris yang jelas dan mendalam mengenai hubungan antara variabel-variabel yang disebutkan dengan nilai perusahaan di sektor manufaktur yang menjadi fokus analisis dalam studi ini. Penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi pemahaman lebih lanjut tentang bagaimana faktor-faktor keuangan dan tata kelola berperan dalam mempengaruhi nilai pasar perusahaan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?

2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?
3. Apakah Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
2. Untuk menganalisis apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
3. Untuk menganalisis apakah Tata Kelola Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara konsep, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat signifikan sebagai sumber data yang dapat digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang muncul di dalam sebuah perusahaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai acuan penting dalam memahami berbagai faktor yang berperan dalam menentukan nilai sebuah perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berguna sebagai alat bantu pemecahan masalah, tetapi juga sebagai referensi yang komprehensif untuk mengenali aspek-aspek yang memengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pemegang Saham

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi sumber pertimbangan penting bagi para investor ketika hendak membuat keputusan investasi. Melalui hasil yang diperoleh, investor memiliki kesempatan untuk mengevaluasi secara lebih mendalam kondisi pasar saat ini, mengenali tren yang berkembang di dalam industri, serta menilai performa dan kinerja perusahaan secara keseluruhan sehingga keputusan investasi yang diambil lebih tepat dan terinformasi.

2. Bagi Peneliti

Kajian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas wawasan serta memperdalam konsep dan teori yang berkaitan dengan bidang manajemen keuangan, khususnya yang menyangkut struktur modal, tingkat profitabilitas, dan mekanisme tata kelola perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga membantu dalam

memahami hubungan yang kompleks antara faktor-faktor tersebut dengan nilai perusahaan, yang menjadi aspek penting dalam studi keuangan modern.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Evaluasi yang telah dilakukan diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi yang berguna bagi para peneliti yang akan melanjutkan kajian di bidang nilai perusahaan. Hasil dan metode yang dipakai dalam penelitian ini dapat memberikan landasan teoritis maupun praktis yang kuat, sekaligus membuka peluang untuk pengembangan penelitian lebih lanjut dengan pendekatan dan variabel yang mungkin berbeda.