

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis akan membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan Tingkat Pengembalian Modal (ROE) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020 mengalami fluktuasi cenderung mengalami penurunan. Terlihat dari rata-rata penurunan terjadi pada tahun 2015-2018 dan tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh lemahnya daya beli masyarakat yang mempengaruhi penjualan produk perusahaan yang berimbas pada laba bersih dan keuntungan yang diperoleh perusahaan.
2. Perkembangan Pertumbuhan Penjualan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020 cenderung mengalami penurunan dari tahun 2014-2018 dan tahun 2020. Hal ini disebabkan oleh rendahnya daya beli masyarakat terhadap kebutuhan kosmetik. Selain itu adanya produk impor luar negeri menyebabkan persaingan pasar semakin ketat sehingga pertumbuhan penjualan menurun.
3. Perkembangan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020 cenderung mengalami kenaikan dari tahun 2015-2020. Hal ini dikarenakan perusahaan mengalami peningkatan total aset

setiap tahun nya. Kenaikan total aset berasal dari peningkatan aset lancar dan aset tetap.

4. Perkembangan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020 cenderung mengalami penurunan dari tahun 2015-2019. Hal ini disebabkan oleh penurunan penjualan karena daya beli konsumen yang rendah sehingga berdampak terhadap profitabilitas yang diperoleh dan mengakibatkan kinerja keuangan perusahaan menurun. Hal ini menyebabkan harga saham dan nilai buku perusahaan ikut menurun.
5. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Pengembalian Modal (ROE) pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga. Hal ini menjelaskan apabila pertumbuhan penjualan meningkat, maka Tingkat Pengembalian Modal (ROE) akan ikut meningkat secara signifikan. Semakin tinggi pertumbuhan penjualan pada sebuah perusahaan, maka laba yang akan diperoleh semakin besar.
6. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Tingkat Pengembalian Modal (ROE) pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga. Hal ini menjelaskan apabila ukuran perusahaan meningkat, maka Tingkat Pengembalian Modal (ROE) akan ikut meningkat secara signifikan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka laba yang akan diperoleh semakin besar. Perusahaan yang besar memiliki kredibilitas yang tinggi karena menggunakan modal dan asetnya secara efisien untuk memperoleh keuntungan.

7. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Tingkat Pengembalian Modal (ROE) , Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel tersebut adalah sebagai berikut:
- A. Tingkat Pengembalian Modal (ROE) secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi ROE, maka perusahaan semakin tertarik untuk berinvestasi, sehingga meningkatkan harga saham dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
 - B. Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020. Hal ini menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan belum tentu meningkatkan nilai perusahaan karena semakin besar pertumbuhan penjualan maka semakin besar pula hutang perusahaan.
 - C. Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020. Hal ini menjelaskan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan juga ikut meningkat.

D. Tingkat Pengembalian Modal (ROE) , Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2020. Hal ini menjelaskan jika ketiga variabel tersebut mengalami peningkatan secara bersamaan, maka akan meningkatkan pula nilai perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran baik investor, perusahaan maupun bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

A. Untuk Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang terdapat di Bursa Efek Indonesia dengan Tingkat Pengembalian Modal (ROE) yang rendah bahkan mengalami kerugian diharapkan lebih mampu memanfaatkan modal yang dimiliki secara efektif dan efisien untuk mendapatkan laba yang maksimal. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan penjualan dengan menekan modal dan beban operasional seefisien mungkin.

B. Untuk Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang terdapat di Bursa Efek Indonesia dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang rendah bahkan mengalami kerugian diharapkan lebih memaksimalkan penjualan dengan melakukan

strategi pemasaran yang tepat. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan berbagai inovasi yang dapat menarik perhatian konsumen dan menonjolkan keunggulan dan kualitas dari produk tersebut. Perusahaan juga diharapkan mengevaluasi faktor-faktor yang menyebabkan penjualan yang menurun.

C. Untuk Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang terdapat di Bursa Efek Indonesia yang mengalami penurunan ukuran perusahaan diharapkan dapat mengelola manajemen aset dengan lebih efektif.

D. Untuk Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga yang terdapat di Bursa Efek Indonesia yang mengalami penurunan nilai perusahaan diharapkan memperhatikan harga saham dan nilai buku perusahaan. Meningkatkan harga saham dapat dilakukan dengan memanfaatkan modal dan aset yang dimiliki secara efektif agar penjualan produk perusahaan dapat terus meningkat yang akan berpengaruh pada profitabilitas yang akan diperoleh.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan pandangan tentang fundamental perusahaan kepada para investor. Diharapkan faktor-faktor seperti Tingkat Pengembalian Modal (ROE) , Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan dapat menjadikan pertimbangan sebelum mengambil keputusan menanamkan modalnya di pasar modal, khususnya pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan

Keperluan Rumah Tangga. Dengan mengetahui beberapa faktor tersebut, perusahaan dapat meminimalisir resiko yang akan dihadapi ketika memutuskan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya,

Bagi pengembangan ilmu dibidang Manajemen khususnya Manajemen Keuangan, diharapkan peneliti selanjutnya tidak hanya menggunakan variabel Tingkat Pengembalian Modal (ROE) , Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan, tetapi menggunakan variabel fundamental lain seperti Likuiditas, Leverage, Kebijakan Deviden, Margin Laba Bersih, Struktur Modal dan variabel lain untuk menghasilkan penelitian yang lebih akurat. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi dan mampu mengembangkannya dalam penelitian selanjutnya dan dapat memberi hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S.Y., & Wahyuni, D.U., (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(4).
- Azmi, A.N., Novianti, W. (2021). Pengaruh Marjin Laba Bersih, Diversifikasi Operasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2020. *Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting* 1(2), 170-179
- Dang, H. N., Vu, V. T. T., Ngo, X. T., & Hoang, H. T. V. (2019). Study the impact of growth, firm size, capital structure, and profitability on enterprise value: Evidence of enterprises in Vietnam. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 30(1), 144-160.
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan.. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(7).
- Fajaria, A. Z., & Isnalita, N. I. D. N. (2018). The effect of profitability, liquidity, leverage and firm growth of firm value with its dividend policy as moderating variable. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 6(10), 55-69.
- Febriyanti, A., Sulistyowati,, E. (2021). Pengaruh Firm Size, Sales Growth, Dan Return On Equity Terhadap Firm Value Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Maneksi*. 10 (1), 104-111.
- Hasania, Z. (2016). Pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan Roe Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011–2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Hendraliany, S. 2019. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Deviden Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2017). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* Vol. 8 No. 1, 47-58.
- Hidayat,W.W., (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Forum Ekonomi*, 21(1), 67-75.
- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability.

- Jayanti, E., & Sukarno, D., Sudiyono., (2020). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas. *Jurnal Ekonomi*, 10(1), 1-12.
- Jufrizen, J., & Sari, M. (2019). Pengaruh Current Ratio, Debt to Equity Ratio dan Firm Size terhadap Tingkat Pengembalian Modal (ROE) . *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 18(1), 156-191.
- Limbong, D. T. S., & Chabachib, M. (2016). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Real Estate dan Properti yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2014). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(4), 62-75.
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Manggale, N., Widyawati, D., (2021). Pengaruh Return On Equity, Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(1).
- Manoppo, H., F.V. Arie. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2)
- Meidiwati, K., (2016). Pengaruh Size, Growth, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1-16.
- Nadya, F., Ismawati, L. (2020). Pengaruh Rasio Utang, Laba Per Lembar Saham, dan Rasio Pengembalian Ekuitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (MANIS)*, 4(2), 37-45
- Narimawati, U., et.al. (2010). Penulisan Karya Ilmiah. Jakarta: Penerbit Genesis
- Ningtias, S. A. (2021) *Pengaruh Perputaran Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Undergraduate thesis, STIE Perbanas Surabaya.
- Novianti, W. Agustian, W.M. (2018). Improving Corporate Values Through The Size of Companies and Capital Structures. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ICOBEST 2018)*, 255-257.

- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2014). Analisa pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, return on asset, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan yang tercatat di indeks lq 45. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Prima, A., & Ismawati, L. (2019). Pengaruh Perputaran Total Aset (Tato) Dan Tingkat Pengembalian Ekuitas (Roe) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Sektor Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 8(1), 25-32.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Doctoral dissertation, Udayana University). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (7)
- Siddik, M. H., & Chabachib, M. (2017). Pengaruh ROE, Cr, Size, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 608-622.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti (Doctoral dissertation, Udayana University). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6 (3).
- Triagustina, L., Sukarmanto, E., & Helliana, H. (2014). Pengaruh Return On Asset (ROA) Dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2012. *Prosiding Akuntansi*, 28-34.
- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6(1), 69-82.
- Zhafiira, C. F., & Andayani, A. (2019). Pengaruh Sales Growth, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(4).

WEBSITE

Annual Report PT Akasha Wira Internasional Tbk Tahun 2014

Annual Report PT Akasha Wira Internasional Tbk Tahun 2015

Annual Report PT Akasha Wira Internasional Tbk Tahun 2016

Annual Report PT Akasha Wira Internasional Tbk Tahun 2017

Annual Report PT Akasha Wira Internasional Tbk Tahun 2018

Annual Report PT Akasha Wira Internasional Tbk Tahun 2019

Annual Report PT Akasha Wira Internasional Tbk Tahun 2020

Annual Report PT Kino Indonesia Tbk Tahun 2014

Annual Report PT Kino Indonesia Tbk Tahun 2015

Annual Report PT Kino Indonesia Tbk Tahun 2016

Annual Report PT Kino Indonesia Tbk Tahun 2017

Annual Report PT Kino Indonesia Tbk Tahun 2018

Annual Report PT Kino Indonesia Tbk Tahun 2019

Annual Report PT Kino Indonesia Tbk Tahun 2020

Annual Report PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2014

Annual Report PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2015

Annual Report PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2016

Annual Report PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2017

Annual Report PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2018

Annual Report PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2019

Annual Report PT Mustika Ratu Tbk Tahun 2020

Annual Report PT Martina Berto Tbk Tahun 2014

Annual Report PT Martina Berto Tbk Tahun 2015

Annual Report PT Martina Berto Tbk Tahun 2016

Annual Report PT Martina Berto Tbk Tahun 2017

Annual Report PT Martina Berto Tbk Tahun 2018

Annual Report PT Martina Berto Tbk Tahun 2019

Annual Report PT Martina Berto Tbk Tahun 2020

Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk Tahun 2014

Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk Tahun 2015

Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk Tahun 2016

Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk Tahun 2017

Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk Tahun 2018

Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk Tahun 2019

Annual Report PT Mandom Indonesia Tbk Tahun 2020

Aditiasari, Dana. (2016, 13 Januari). *Martina Berto Catat Rugi Kurs Rp 10 M.* Dipetik pada 09 Agustus 2022 dari (<https://finance.detik.com>)

Aldo Fernando. (2021, 05 Agustus). “Induk Sariayu “Ngos-ngosan” begini jeroan emiten kosmetik RI.” Dipetik pada 10 Mei 2022 dari <https://www.cnbcindonesia.com/>

Allens, Jul. (2016, 20 April). Laba Mustika Ratu Hilang 6 Miliar, Sahamnya Kurang Diminati. Dipetik pada 11 Mei 2022 dari <https://www.vibiznews.com>

Arief, Tegar. (2018, 21 Maret). *KINERJA 2017: Laba Bersih Mandom Indonesia (TCID) Naik 10,53%*. Dipetik pada 10 Agustus 2022 dari <https://m.bisnis.com>

Bisnis.com. 2016. “Penjualan Turun, Laba Mustika Ratu (MRAT) Anjlok Tahun 2015.” (<https://m.bisnis.com>). Diakses pada 09 Agustus 2022 pukul 23. 50

Britama.com. 2016. “Jual Aset, Laba Bersih TCID melonjak 209,66% pada Tahun 2015.” (<https://britama.com>) . Diakses pada 10 Agustus 2022 pukul 00.17

Hidayat, K. (2021, 31 Mei). *Akasha Wira (ADES) Bidik Pertumbuhan Penjualan dan Laba 15% Tahun Ini.* Dipetik pada 12 Agustus 2022 dari <https://industri.kontan.co.id>

Kemenperin. (2018). “Kinerja Industri Kosmetik Nasional Lampau Pertumbuhan Ekonomi.”(www.kemenperin.go.id). Diakses pada 10 Mei pukul 17.00

Kompas.com.2020. *Industri Komestik Berlomba Banting Harga Ditengah Pandemi.* Dipetik pada 8 Mei 2022 dari <https://money.kompas.com/>

Lina. (2020, Februari). *Optimisme Martina Berto Derek Pertumbuhan.* Dipetik pada 12 Agustus 2022 dari <https://pelakubisnis.com>.

Okezone.com. (2019 21 Maret). Laba Bersih Mandom Terkoreksi 3,35% Jadi Rp 173,04 Miliar. Dipetik pada 10 Agustus 2022 dari <https://economy.okezone.com>

Rafael, E.C. (2017, 04 Maret). *Martina Berto Bidik Laba Tumbuh 20%.* Dipetik pada 09 Agustus 2022 dari <https://kontan.co.id>

Rahayu, A.C. (2020, 20 Maret). *Laba Mandom Indonesia (TCID) turun 16% pada 2019, Kendati Penjualan Tumbuh.* Dipetik pada 10 Agustus 2022 dari <https://kontan.co.id>

Voi.id. (2021, 2 Juni). *Mustika Ratu Rugi Miliaran di 2020, Padahal Penjualannya Meningkat 4,32% Jadi Rp 318,41 Miliar*. Dipetik pada 12 Agustus 2022 dari <https://voi.id>.

WartaEkonomi. (2016, 27 Oktober). *Laba Mandom Indonesia Turun 68,3% Per September 2016*. Dipetik pada 10 Agustus 2022 dari <https://wartaekonomi.co.id>

Widyastuti, Rr.A.Y. (2021, 04 Agustus). *Terlilit Utang, Martina Berto Akan Jual Aset Rp 180 Miliar*. Dipetik pada 09 Agustus 2022 <https://bisnis.tempo.co>