

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era bisnis yang semakin berkembang di Indonesia, industri harus meningkatkan daya saingnya karena persaingan semakin ketat. Untuk berhasil dalam kompetisi tersebut, perusahaan perlu melakukan strategi inovatif, baik pada tingkat individu maupun korporatif, guna menjaga kelangsungan bisnisnya.

Perusahaan manufaktur adalah suatu organisasi bisnis yang mengambil bahan mentah dan mengubahnya menjadi barang jadi atau setengah jadi dengan menggunakan peralatan, mesin, dan sumber daya lainnya. Biasanya, perusahaan manufaktur beroperasi dalam skala besar dan menghasilkan berbagai produk fisik yang dapat dipasarkan, seperti makanan, minuman, obat-obatan, peralatan rumah tangga, barang elektronik, dan produk lainnya (Subandi & Bagana, 2024).

keberlanjutan perusahaan manufaktur sangat tergantung pada permintaan pasar. Karen itu, tidak mengherankan jika perusahaan-perusahaan di sektor manufaktur terus berinovasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dinamis dalam kebutuhan konsumen dan peluang pasar.

Perusahaan dalam sektor barang konsumen primer merupakan bagian dari industri yang memproduksi atau menyediakan produk dan layanan yang utamanya dikonsumsi atau bersifat anti-siklis. Perusahaan-perusahaan di sektor ini secara rutin menghasilkan barang dan layanan kebutuhan primer sesuai dengan permintaan. kategori konsumen rimer mencakup ritel barang primer, seperti

produsen makanan kemasan, minuman kemasan, obat-obatan, rokok, dan barang keperluan rumah tangga. Sektor Barang Konsumen Primer diisi oleh perusahaan-perusahaan yang memberikan kontribusi dan pertumbuhan terbesar, menjadikannya sebagai salah satu sektor industri yang paling fundamental bagi ekonomi nasional.

Saham-saham barang konsumen primer masih mencatatkan kinerja yang kurang bagus pada tahun ini. Hal tersebut dilihat dari *IDXsector consumer non-cyclicals* (IDX sektor barang konsumen primer) yang tercatat minus 16,48% secara *year to date* (ytd). Saham-saham perkapitalisasi besar yang menjadi anggota indeks ini juga menunjukkan kinerja serupa. Sebagai contoh, pada periode yang sama, harga saham PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) merosot 43,67% ytd menjadi Rp 4.140 per saham, PT HM Sampoerna Tbk (HMSP) turun 35,97% ke Rp 970, PT Mayora Indah Tbk (MYOR) minus 30,93% menjadi Rp 2.010, dan PT Gudang Garam Tbk (GGRM) terkoreksi 24,28% ke Rp 31.100 per saham. Selama lima hari perdagangan terakhir, indeks ini juga masih terkoreksi 0,16% begitu juga dengan empat saham yang disebutkan di atas. Padahal biasanya saham-saham barang konsumen primer mencatatkan kinerja positif pada bulan Desember.

Menurut **Nurhayati et al. (2020)**, nilai perusahaan adalah cerminan persepsi investor terhadap kemahiran perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya. Mencapai pertumbuhan adalah hasil yang diinginkan para pemilik perusahaan, karena pertumbuhan berarti nilai perusahaan juga meningkat. Sehingga dapat meningkatkan minat investor untuk mengalokasikan modalnya kepada perusahaan. Kenaikan harga saham tidak hanya menandakan nilai perusahaan yang

tinggi tetapi juga meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan di masa depan.

Perusahaan dalam menjalankan operasional bisnis memiliki arah dan tujuan yang hendak dicapai. Salah satu tujuan tersebut yaitu meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi para investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka akan menambah kepercayaan para investor untuk menginvestasikan modalnya di perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan sehingga diharapkan dapat menjadi sinyal positif dalam mempengaruhi keputusan pihak luar (investor) dalam berinvestasi (Pujianti et al., 2023).

Berdasarkan data nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan price book value (PBV) dari 10 sampel perusahaan sektor industri barang konsums yang diambil secara acak dari BEI tahun 2019-2023 pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1
Nilai PBV Perusahaan Pada Sektor Konsumen Primer Tahun 2019 - 2023

	KODE	NILAI PERUSAHAAN (PBV)					RATA-RATA PERUSAHAAN
		2019	2020	2021	2022	2023	
1	DLTA	4,48%	3,45%	2,96%	3,06%	3,02%	3,394%
2	ROTI	2,6%	2,6%	2,95%	3,04%	2,97%	2,832%
3	GOOD	0,8%	3,23%	6,39%	5,78%	4,05%	4,05%
4	EPMT	0,9%	0,87%	1,06%	1,04%	0,96%	0,966%
5	DSNG	1,3%	1,03%	0,75%	0,77%	0,66%	0,902%
6	ULTJ	3,43%	3,86%	3,53%	2,92%	2,76%	3,3%
7	WIIM	7,9%	6,7%	5,63%	5,61%	5,62%	6,292%
8	CAMP	2,35%	1,84%	1,66%	1,91%	2,48%	2,048%

	KODE	NILAI PERUSAHAAN (PBV)					RATA-RATA PERUSAHAAN
		2019	2020	2021	2022	2023	
9	MLBI	28,49%	14,25%	14,95%	17,57%	11,73%	17,398%
10	TGKA	3,2%	4,17%	3,65%	3,18%	2,69%	3,378%
TOTAL		55,45%	42%	43,53%	44,88%	36,94%	44,56%
RATA-RATA /THN		5,545%	4,2%	4,353%	4,488%	3,694%	4,456%

Sumber : data diolah penulis, 2024

Data *price book value* (PBV) pada tabel 1.1 menunjukkan pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023, memiliki nilai PBV rata-rata yang fluktuasi. Perubahan nilai PBV dari tahun ke tahun mencerminkan adanya perubahan persepsi investor. PBV mengalami penurunan yang signifikan dimana tahun 2019 PBV sebesar 5,54% mengalami penurunan sebesar 1,34% menjadi 4,2% pada tahun 2020. Pada tahun 2021 PBV mengalami kenaikan sebesar 0,15% menjadi 4,35%. Selanjutnya pada tahun 2022 PBV kembali mengalami kenaikan sebesar 0,13% menjadi 4,48%. Sedangkan pada tahun 2023 PBV kembali mengalami penurunan sebesar 0,79% dari tahun sebelumnya menjadi 3,69%. Semakin besar nilai PBV nya maka semakin bagus nilai perusahaan. Namun dari data tersebut dapat dilihat bahwasanya nilai perusahaan pada sektor industri barang konsumsi pada tahun 2019-2023 mengalami naik turun yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti profitabilitas. Berdasarkan kondisi tersebut dapat diketahui bahwa perusahaan sektor industri barang konsumsi kurang konsisten dalam melakukan peningkatan perusahaan nya selama tahun 2019-2023.

Struktur modal adalah perbandingan antara jumlah hutang jangka pendek yang bersifat permanen, hutang jangka panjang, preferen dan saham biasa, sehingga seorang manager keuangan harus bisa dan mampu mengoptimalkan struktur modal. Struktur modal yang maksimal mampu mengoptimalkan nilai perusahaan

ataupun harga saham. Sumber pendanaan berasal dari utang menciptakan biaya yang mudah diidentifikasi, yakni biaya bunga. Struktur modal menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya, sehingga dengan mengetahui struktur modal investor dapat mengetahui keseimbangan antar risiko dan tingkat pengembalian investasinya(Nabila & Rahmawati, 2021).

Penentuan struktur modal akan mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga maksimisasi nilai perusahaan dapat diraih melalui pengambilan keputusan terkait penentuan struktur modal yang tepat. Jika komposisi hutang dan modal mempunyai biaya modal yang minimum dan nilai perusahaan yang maksimum maka akan menghasilkan struktur modal yang optimal. Penentuan struktur modal yang optimal juga diharapkan dapat menciptakan nilai perusahaan yang baik karena munculnya kepercayaan dari para investor, karena merupakan nilai pasar suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat mencerminkan evaluasi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan dan keterkaitan dengan harga bursa(Artanti & Rahmiyati, 2022).

Struktur modal mengacu pada cara perusahaan membiayai operasi dan pertumbuhannya dengan memanfaatkan campuran berbagai sumber pendanaan, seperti utang, ekuitas dan laba ditahan. Struktur modal mewakili proporsi utang dan ekuitas yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai aset dan investasinya. Struktur modal perusahaan sangat penting karena memengaruhi kesehatan keuangan, tingkat risiko, dan potensi pertumbuhan secara keseluruhan.

Perusahaan dengan tingkat utang yang lebih dalam struktur modalnya mungkin menghadapi peningkatan risiko keuangan karena pembayaran bunga dan kewajiban utang, tetapi mereka juga dapat memperoleh keuntungan dari potensi

keuangan pajak. Disisi lain, perusahaan yang lebih mengandalkan pembiayaan ekuitas mungkin memiliki leverage keuangan yang lebih rendah tetapi dapat mengurangi beban risiko terkait utang.

Mencapai keseimbangan yang tepat antara utang dan ekuitas sangat penting untuk mengoptimalkan biaya modal perusahaan dan memaksimalkan nilai pemegang saham. Perusahaan sering menganalisis struktur modal mereka untuk memastikan campuran yang tepat yang sejalan dengan toleransi risiko, tujuan pertumbuhan dan tujuan profitabilitas mereka (**Zahrani et al., 2023**). struktur modal merupakan perbandingan antara modal asing yang berupa hutang jangka pendek dan jangka panjang serta modal sendiri yang terdiri dari laba ditahan dan kepemilikan perusahaan (**Wijayaningsih & Yulianto, 2021**)

Hasil penelitian dari (**Pujianti et al., 2023**) dan (**Safaruddin et al., 2023**) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (**Nufyar & Mulyani, 2023**) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara struktur modal terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas ialah keahlian perusahaan untuk mewujudkan laba. Laba sering kali membentuk skala kemampuan perusahaan, dimana saat perusahaan mempunyai laba yang tinggi berarti dapat disimpulkan bahwa kemampuan perusahaan tercatat bagus dan juga sebaliknya. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas tinggi hingga manajemen cenderung bakal melaksanakan perataan laba sebab manajemen memahami kapasitas perusahaan untuk memperoleh laba di waktu akan datang, meskipun perusahaan yang kemampuan bertambah rendah pasti hendak membuktikan akan melambungkan kinerjanya sambil melaksanakan

manajemen laba namun mereka memang bertambah susah untuk meliputi ditahun kemudian akhirnya tidak terdapat perataan, namun lebih buat income increasing semasa beberapa waktu (**Sophian & Atalia, 2022**).

Profitabilitas suatu perusahaan sangat penting bagi investor dan menjadi faktor penting dalam pertimbangan investasi mereka. Investor umumnya berpendapat bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang kuat cenderung menghasilkan keuntungan yang besar juga. Akan tetapi, tingkat profitabilitas yang terlalu tinggi akan memberikan kesimpulan bagi investor bahwa perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi. Hal ini menimbulkan kecurigaan investor terhadap perusahaan seperti adanya monopoli, serta akan meningkatkan ekspektasi dan tuntutan investor terhadap perusahaan. Oleh karena itu manajer akan berusaha membuat laba perusahaan tetap stabil setiap tahunnya dengan melakukan manajemen laba(**Setiowati et al., 2023**).

Laba merupakan salah satu komponen penting bagi perusahaan, besar kecilnya laba yang diperoleh akan digunakan untuk menilai kinerja perusahaan. perusahaan dianggap mampu beroperasi dengan lancar apabila pendapatan yang diperoleh melebihi modal yang digunakan dalam memperoleh laba. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba tahun berjalan dapat dijadikan indikator bagi investor tentang kinerja perusahaan yang terus tumbuh dan akan mempengaruhi respon investasi terhadap kenaikan harga saham di pasar modal. Laba tidak hanya menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar dalam pembukuan tanpa adanya kas masuk(**Diana & Munandar, 2023**).

Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan berdasarkan total aset yang dimilikinya. Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diwakili oleh return on assets (ROA). ROA membandingkan jumlah laba bersih dengan total aset. Semakin tinggi ROA menunjukkan bahwa semakin tinggi pula tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan dan semakin rendah ROA suatu perusahaan maka akan semakin rendah pula tingkat pengembaliannya (**Tanaka et al., 2024**).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (**Dewi & Rahyuda, 2020**) dan (**Curry & Curry, 2021**) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (**Ali et al., 2021**) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (**Hidayat & Khotimah, 2022**).

Ukuran perusahaan merupakan alat untuk mengetahui kategori besar atau kecil suatu perusahaan melalui kepemilikan aset atau perolehan penjualan. Ukuran perusahaan juga sering digunakan sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk dapat memberikan pengembalian investasi kepada investor yang akan meminimalisasi risiko ketidakpastian dimasa mendatang (**Astuti & Murwani, 2022**).

Ukuran perusahaan menurut Riyanto adalah besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan, atau nilai aktiva. Menurut Sawir ukuran perusahaan dinyatakan sebagai penentu struktur keuangan. Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai ekuitas, nilai penjualan, jumlah karyawan dan total aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan jasa atau produk organisasi **(Kusnadi et al., 2024)**

Hasil penelitian yang dilakukan oleh **(Astuti & Murwani, 2022)** dan **(Hidayat & Khotimah, 2022)** menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh **(Damayanti et al., 2023)** menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kepemilikan manajerial merupakan jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola manajemen perusahaan. Semakin besar kepemilikan manajerial, maka manajemen akan semakin berusaha memaksimalkan kinerjanya, karena manajemen akan semakin memiliki suatu tanggungjawab dalam memenuhi suatu keinginan manajemen. Kepemilikan manajerial menunjukkan adanya peran ganda seorang manajer, yakni manajer bertindak juga sebagai pemegang saham. Sebagai seorang manajer sekaligus pemegang saham, sehingga seorang manajer tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan keuangan akan merugikan baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham **(Widyastuti et al., 2022)**.

Jensen & Meckling, menyatakan bahwa kepemilikan saham manajerial dapat membantu menyatukan kepentingan antara manajer dan pemegang saham, yang berarti semakin meningkat proporsi kepemilikan saham manajerial maka semakin baik kinerja perusahaan tersebut. Kepemilikan manajerial juga dapat meningkatkan rasa tanggung jawab manajemen yang lebih besar dalam menjalankan amanah untuk memenuhi keinginan dari pemegang saham yang tidak lain adalah dirinya sendiri **(Wardhani & Samrotun, 2020)**.

Semakin tinggi kepemilikan manajerial pada perusahaan diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan, dimana pihak manajemen akan berusaha semaksimal mungkin untuk kepentingan pemegang saham. Hal ini dikarenakan pihak manajemen sebagai pemegang saham juga akan memperoleh keuntungan yang besar hingga return yang diterima pun semakin besar. Ketika suatu perusahaan memperoleh keuntungan yang besar maka akan memberikan sinyal informasi yang positif kepada investor dan investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan sehingga akan meningkatkan harga saham pasar **(Wibowo & Surjandari, 2023)**.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh **(Damayanti et al., 2023)** menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH STRUKTUR MODAL PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI**

PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR KONSUMEN PRIMER YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2023”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Profitabilitas sering digunakan sebagai indikator utama menyebabkan investor memiliki tafsiran berbeda mengakibatkan ketidakpastian dalam penilaian nilai perusahaan
2. Perusahaan besar dianggap lebih stabil namun, perusahaan besar dapat memiliki struktur organisasi yang kaku sehingga menghambat inovasi dan pertumbuhan.
3. Nilai perusahaan manufaktur dipengaruhi oleh faktor eksternal yang sulit dikendalikan dapat menimbulkan ketidakpastian dalam penilaian nilai perusahaan.
4. Perusahaan dengan aset besar memiliki banyak ruang untuk memanipulasi aset, yang berdampak negatif pada nilai perusahaan dan merugikan investor.
5. Fluktuasi yang signifikan pada nilai PBV sektor industri barang konsumsi di BEI dari tahun 2019 hingga 2023, dapat mencerminkan perubahan persepsi investor.
6. Nilai PBV yang naik turun menggambarkan kurangnya konsistensi dalam peningkatan kinerja perusahaan.

7. Pengelolaan struktur modal yang baik penting dilakukan perusahaan untuk mencapai keseimbangan dan ekuitas yang dapat berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan dan harga saham.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang di teliti lebih terfokus pada tujuan penelitian . oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi.
2. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 ?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 ?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 ?

4. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variable moderasi pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 ?
5. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variable moderasi pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 ?
6. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variable moderasi pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023 ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan oleh penulis adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan mengungkap :

1. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
4. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

5. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.
6. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan kepada rumusan masalah dan tujuan penelitian diharapkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki manfaat positif bagi :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan atau mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh secara teoritis dibangku perkuliahan, terutama ilmu pengetahuan tentang manajemen keuangan sehingga penulis mendapatkan pengalaman baru dalam berfikir dan juga menambah daya analisis penulis.

2. Bagi Akademisi

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan keputusan bagi mahasiswa serta merupakan perwujudan dari pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau alat replikasi bagi peneliti dimasa yang akan datang, yang tertarik untuk membahas permasalahan yang sama dengan yang dibahas dalam penelitian ini.

4. Bagi Perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi pemimpin perusahaan pada sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI dan dapat memberikan solusi alternatif dalam meningkatkan nilai perusahaan