

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan.

Manajemen Laba berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Praktik manajemen laba yang dilakukan secara terukur dan tidak menyimpang dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui persepsi positif dari investor terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan. Faktor lain seperti inovasi produk, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran yang kuat kemungkinan lebih dominan dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memoderasi pengaruh Manajemen Laba, ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, GCG memperkuat pengaruh manajemen laba dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan karena adanya Penerapan prinsip-prinsip GCG seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan berperan penting dalam mengarahkan praktik manajemen laba agar mendukung peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Perusahaan

Manajemen perusahaan, khususnya di PT Unilever Indonesia Tbk dan perusahaan lainnya, sebaiknya terus meningkatkan kualitas penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam operasional perusahaan. Penerapan

prinsip-prinsip GCG yang baik terbukti mampu memperkuat dampak positif dari manajemen laba dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan tata kelola yang baik, kepercayaan investor dan pemangku kepentingan lainnya akan meningkat, sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan di pasar.

2. Bagi para investor.

Investor disarankan untuk tidak hanya menilai kinerja keuangan dan ukuran perusahaan dalam mengambil keputusan investasi, tetapi juga memperhatikan aspek tata kelola perusahaan. Perusahaan dengan implementasi GCG yang baik cenderung memiliki nilai yang lebih stabil dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya berfokus pada satu perusahaan, yaitu PT Unilever Indonesia Tbk. Untuk mendapatkan generalisasi yang lebih luas, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan sampel lebih banyak dari berbagai sektor industri dan menggunakan data dalam rentang waktu yang lebih panjang. Selain itu, peneliti juga dapat menambahkan variabel lain yang mungkin memengaruhi nilai perusahaan, seperti profitabilitas, leverage, inovasi, atau reputasi perusahaan.