

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya setiap perusahaan berusaha mencapai tujuan perusahaan dengan memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan selain sebagai bentuk prestasi, dengan adanya peningkatan nilai perusahaan juga akan menciptakan kesejahteraan bagi para pemilik serta pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya (Riyadi, 2018)[1]. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional tersebut diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Nilai perusahaan biasanya juga berkaitan dengan harga saham, karena semakin tinggi harga sahamnya maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya, begitu pula sebaliknya. Harga saham adalah harga yang ditentukan oleh mekanisme pasar pada saat saham tersebut diperdagangkan di pasar modal (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020)[2].

Jika harga saham terus naik maka nilai perusahaan dapat mengindikasikan peningkatan kesejahteraan pemegang saham. Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan kinerja perusahaan dan dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan (Syardiana et al., 2015)[3]. Biasanya, sebelum investor menginvestasikan dananya, investor membutuhkan informasi mengenai kondisi perusahaan dan kondisi pasar modal. Informasi yang dibutuhkan oleh para investor adalah informasi yang kompeten dengan posisinya sebagai calon pemilik perusahaan. Yang pertama adalah masalah keamanan investasi dan yang kedua adalah hasil atau keuntungan yang diperoleh dari informasi tersebut. Informasi emiten secara tidak langsung akan mempengaruhi harga saham (Utomo & Christy, 2017)[4].

Persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dapat tercermin dari nilai perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan yang disebabkan oleh harga saham yang tinggi akan membuat pasar semakin percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa depan (Diewantara & Oetomo, 2019)[5]. Tujuan perusahaan adalah meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan, selain itu juga untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Sehingga tujuan tersebut menjadi kriteria yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan (*going concern*) (Setiawati, 2018)[6]. Harga saham merupakan salah satu unsur untuk menilai nilai suatu perusahaan. Jika harga saham naik maka akan berdampak pada pertumbuhan nilai pemegang saham. Hal ini dibuktikan dengan tingginya tingkat pengembalian pemegang saham. Penjelasan sederhananya sebagai berikut: Nilai perusahaan ($V = \text{nilai}$) adalah hutang ($D = \text{hutang}$) ditambah ekuitas ($E = \text{ekuitas}$). Jika diasumsikan utang tetap, sedangkan nilai perusahaan meningkat maka modal perusahaan juga akan bertambah. Peningkatan modal

perusahaan akan meningkatkan harga per saham perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016)[7].

Harga saham berhubungan positif dengan nilai perusahaan, jika harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula keuntungan bagi investor (Asmawi, 2018)[8]. Peningkatan permintaan saham sangat menarik bagi investor dan akan berdampak positif pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang lebih tinggi tidak hanya akan meningkatkan kinerja perusahaan, tetapi juga memperoleh kepercayaan pasar, dan pasar juga akan percaya pada prospek masa depan perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016)[7].

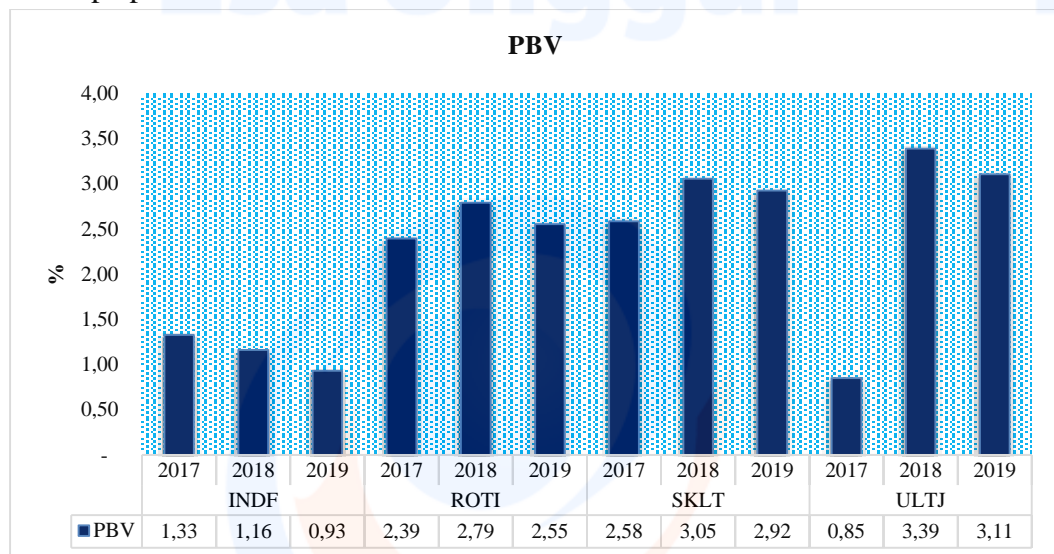
Salah satu cara yang dilakukan seorang investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi adalah melihat reputasi perusahaan. Dengan adanya reputasi perusahaan yang baik maka perusahaan akan direspon positif oleh investor sehingga terjadi kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan (Putra & Badjra, 2015)[9]. Penilaian terhadap kinerja perusahaan juga bagian dari reputasi perusahaan. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari rekam jejak perusahaan selama beberapa tahun terakhir. Jika data perusahaan beberapa tahun terakhir baik maka kinerja perusahaan baik. Kinerja perusahaan yang baik menunjukkan bahwa reputasi dari perusahaan baik dan mencerminkan keberlangsungan bisnis dimasa depan. Sebaliknya, jika rekam jejak perusahaan beberapa tahun terakhir buruk maka kinerja dan reputasi perusahaan menjadi buruk (Agustina, 2020)[10].

Salah satu cara mengukur nilai perusahaan adalah dengan rasio *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya mempunyai rasio PBV di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Apabila rasio PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu (Hidayah, 2017)[11]. PBV merupakan alternatif untuk menilai saham bagi perusahaan yang secara konsisten memberikan dividen kepada para pemegang saham. Besarnya dividen yang diberikan perusahaan di masa yang akan datang sangat tergantung pada prospek pertumbuhan perusahaan. Rasio ini menunjukkan bagaimana suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. PBV yang tinggi mencerminkan harga saham yang tinggi dibandingkan nilai buku perlembar saham. Semakin tinggi harga saham, semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Permata et al., 2013)[12].

Jika suatu perusahaan mempunyai rasio $PBV > 1$ (*overvalue*) maka harga saham suatu perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya. *Price Book Value* yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menciptakan nilai yang tinggi untuk pemegang sahamnya. Sehingga semakin tinggi *Price Book Value* maka semakin tinggi nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin

tinggi pula tingkat kepercayaan seorang investor terhadap kinerja perusahaan dan prospek dimasa yang akan datang (Azwar et al., 2020)[13]. Jika $PBV = 1$ maka nilai pasar suatu saham saat ini sama dengan nilai intrinsiknya, berarti saham tersebut dinilai wajar harganya (*fairvalue*) dan berada dalam kondisi seimbang. Sedangkan $PBV < 1$ (*undervalue*) mencerminkan bahwa harga saham suatu perusahaan rendah. Jika harga saham rendah maka nilai perusahaan juga rendah. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas (Agustina, 2020)[10].

Berikut disajikan data nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV di beberapa perusahaan makanan dan minuman :



Sumber: Data ini diolah berdasarkan laporan keuangan www.idx.co.id

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Perusahaan Berdasarkan PBV Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019

Berdasarkan gambar grafik 1.1 menjelaskan bahwa terjadinya fluktuasi dan penurunan nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV. Jika PBV lebih besar dari 1 maka menandakan bahwa saham *overvalue*. Apabila PBV kurang dari 1 maka menandakan bahwa saham *undervalue*. Fenomena PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengalami penurunan secara terus menerus yaitu pada tahun 2018 sebesar 0.17% dan tahun 2019 sebesar 0.23%. PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) memiliki nilai saham *overvalue* selama periode 2017-2018 dan memiliki nilai saham *undervalue* pada tahun 2019. Fenomena PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) mengalami kenaikan sebesar 0.40% pada tahun 2018, sedangkan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0.24%. PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) memiliki nilai saham *overvalue* selama periode 2017-2019. Fenomena PT Sekar Laut Tbk (SKLT) mengalami kenaikan sebesar 0.47% pada tahun 2018, sedangkan pada tahun 2019 menurun sebesar 0.13%. PT Sekar Laut Tbk (SKLT) memiliki nilai saham *overvalue* selama periode 2017-2019. PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) mengalami kenaikan sebesar 2.54% pada tahun 2018 dan menurun sebesar 0.28% pada tahun 2019. PT Ultra Jaya Milk

Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) memiliki nilai saham *undervalue* pada tahun 2017 dan memiliki nilai saham *overvalue* selama periode 2018-2019.

Setiap perusahaan memiliki nilai perusahaan yang fluktuatif. Perusahaan yang memiliki nilai saham *undervalue* akan kurang diminati oleh investor karena harga saham suatu perusahaan lebih rendah dari nilai bukunya. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki nilai saham *overvalue* maka investor akan semakin tertarik karena harga saham suatu perusahaan lebih tinggi dari nilai bukunya. Oleh karena itu setiap perusahaan melakukan berbagai usaha untuk meningkatkan nilai perusahaan sehingga investor tidak ragu untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Anggita, 2020)[14]. Dengan adanya peningkatan nilai perusahaan, investor, pembeli, dan pasar dapat mempercayai bahwa mereka dapat melihat atau mempertahankan kinerja perusahaan saat ini di masa mendatang. Jika nilai perusahaan tinggi, maka pasar di pasar modal juga akan menilai kinerja perusahaan. Saat melakukan investasi saham, investor terlebih dahulu harus menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kondisi perusahaan. Dalam hal ini, nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menarik investor untuk berinvestasi (Manihuruk, 2018)[15].

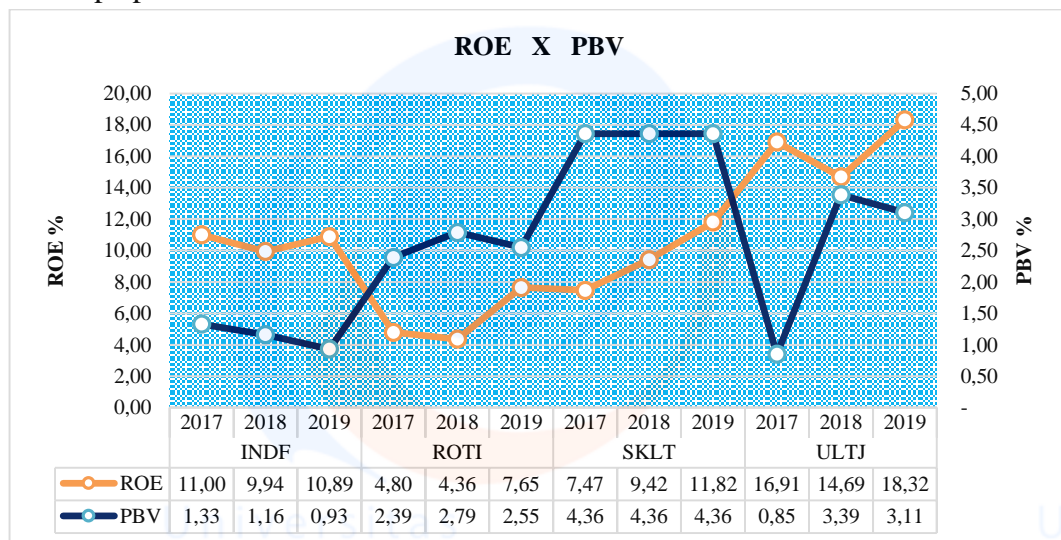
Profitabilitas dipilih sebagai variabel intervening karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga akan berdampak positif terhadap harga saham (Kelana dan Amanah, 2015)[16]. Sehingga profitabilitas perusahaan akan mempengaruhi kebijakan investasi investor. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan menggunakan semua modalnya untuk menghasilkan laba. Profitabilitas perusahaan akan mampu menarik investor untuk menanamkan dananya untuk mengembangkan usaha, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Sedangkan bagi perusahaan sendiri, profitabilitas dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas pengelolaan perusahaan (Novari & Lestari, 2016)[17].

Jika profitabilitas perusahaan baik, maka *stakeholders* yang terdiri dari kreditor, pemasok, dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat memperoleh keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan. Salah satu indikator penting bagi investor untuk mengevaluasi prospek masa depan perusahaan adalah memahami sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan (Yulindar, 2017)[18]. Salah satu rasio yang dapat mengukur profitabilitas suatu perusahaan adalah *Return On Equity* (ROE) yang menjadi tolak ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan total modal sendiri yang digunakan. Karena ROE mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi para pemegang saham dalam bentuk penyertaan modal sendiri yang ditanamkan oleh pemegang saham (Sinaga & Mustafa, 2019)[19]. Variabel profitabilitas digunakan sebagai intervening dalam penelitian ini karena profitabilitas memiliki banyak keunggulan, salah satunya dapat mengukur efisiensi penggunaan modal secara keseluruhan yang sensitif terhadap semua faktor yang

mempengaruhi status keuangan perusahaan. (Christiana & Putri, 2018)[20].

Secara teori hubungan antara ROE dan PBV adalah positif. Jika profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan meningkat, tingkat rasio ROE yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memperoleh laba yang tinggi. Peningkatan laba tersebut disebabkan karena adanya peningkatan dari penggunaan ekuitasnya yaitu untuk menghasilkan produk yang akan dijual sehingga meningkatkan laba. Ketika laba di perusahaan meningkat, maka dividen yang dibagikan kepada pemegang saham akan meningkat. Pembagian dividen yang cukup besar akan meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya, sehingga permintaan akan sahamnya naik. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan, dimana jika permintaan saham naik maka harga saham akan naik sehingga nilai perusahaan pun naik.

Berikut disajikan data perbandingan profitabilitas dan nilai perusahaan di beberapa perusahaan makanan dan minuman :



Sumber: Data ini diolah berdasarkan laporan keuangan www.idx.co.id

Gambar 1. 2 Grafik Perbandingan ROE dan PBV Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019

Berdasarkan gambar grafik 1.2 menunjukkan bahwa arah pergerakan profitabilitas pada perusahaan yang mengalami fluktuasi dan terdapat nilai penurunan serta mempunyai hubungan negatif. Dimana profitabilitas diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) dan nilai perusahaan diproksikan dengan rasio PBV. Dari grafik di atas ditemukan fenomena yang terjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), PT Sekar Laut Tbk (SKLT) dan PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) terjadi ketidakselarasan antara teori dan kondisi riil, dimana ketika profitabilitas naik nilai perusahaan justru menurun dan sebaliknya. Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) ROE mengalami penurunan sebesar 1.06% pada tahun 2018 dan naik sebesar 0.95% pada tahun 2019. Sedangkan untuk rasio PBV mengalami penurunan secara terus menerus yaitu pada tahun 2018 sebesar

0.17% dan tahun 2019 sebesar 0.23%. Fenomena PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) ROE mengalami penurunan sebesar 0.44% pada tahun 2018 dan naik sebesar 3.29% pada tahun 2019. Sedangkan untuk rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 0.40% pada tahun 2018 dan pada tahun 2019 menurun sebesar 0.24%. Pada PT Sekar Laut Tbk (SKLT) ROE meningkat sebesar 1.95% pada tahun 2018 dan naik sebesar 2.40% pada tahun 2019. Sedangkan rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 0.47% pada tahun 2018 dan pada tahun 2019 menurun sebesar 0.13%. Selanjutnya ROE PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) mengalami penurunan sebesar 2.22% pada tahun 2018 dan naik sebesar 3.62% pada tahun 2019. Sedangkan pada rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 2.54% di tahun 2018 dan menurun sebesar 0.28% pada tahun 2019.

Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori dan literatur yang mengatakan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi adalah perusahaan yang diminati oleh investor. Hal ini dikarenakan investor selalu berupaya untuk mendapatkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan. Perusahaan dengan tingkat profit yang tinggi akan semakin bernilai di mata investor. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dhani & Utama (2017)[21] dan Hertina et al., (2019)[22] menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Sedangkan menurut Meivinia (2018)[23] menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Ukhriyawati & Malia (2018)[24] dan Silitonga et al., (2016)[25] profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

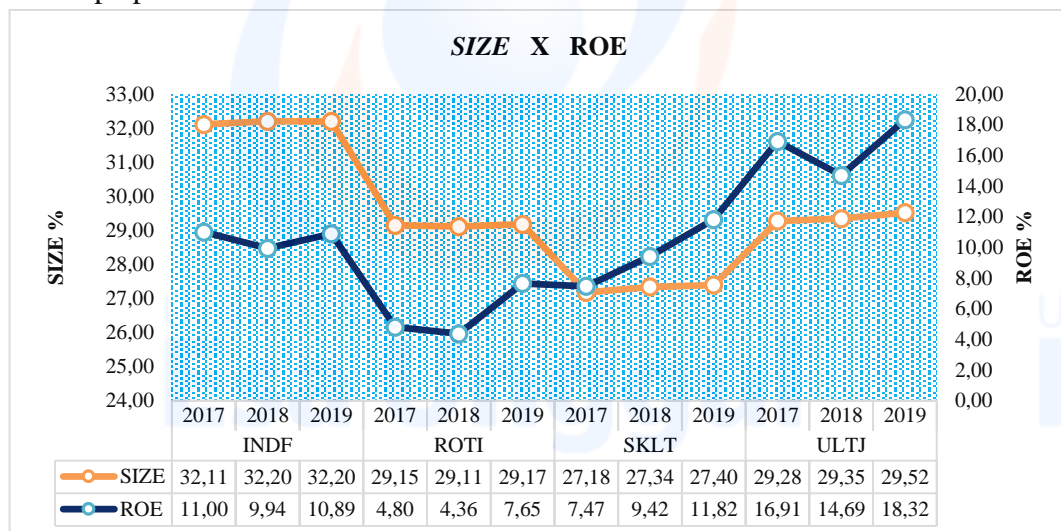
Ada beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas, salah satunya ukuran perusahaan. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki pangsa pasar yang lebih besar, yang tentunya akan berdampak pada peningkatan profitabilitas (Ambarwati, 2015)[26]. Perusahaan dengan aset besar biasanya diidentikkan dengan kualitas produk yang dihasilkannya, karena perusahaan dengan aset besar biasanya memiliki teknologi yang lebih maju. Dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menggunakan teknologi canggih dalam proses produksinya, keadaan ini pasti akan berdampak pada tingkat efisiensi perusahaan (Tondok et al., 2019)[27]. Perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak sumber dana dari berbagai sumber, sehingga akan lebih mudah mendapatkan pinjaman dari kreditor, karena perusahaan besar memiliki kemampuan yang lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri (Miswanto et al., 2017)[28]. Begitu pula sebaliknya, jika ukuran suatu perusahaan dikatakan kecil maka perusahaan tersebut memiliki tingkat efisiensi yang rendah dengan tingkat *leverage financial* yang lebih tinggi (Pratama & Wiksuana, 2018)[29]

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat dilihat dari besarnya aset perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar peluang untuk melakukan peningkatan laba. Semakin maksimal penggunaan aset perusahaan maka laba yang

didapat juga akan maksimal. Karena aset perusahaan digunakan untuk operasional perusahaan yang tujuannya untuk menghasilkan laba (Sawitri et al., 2017)[30]. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih luas daripada perusahaan kecil karena perusahaan besar memiliki banyak investor dan akan cenderung mempertahankan kualitas perusahaannya. Perusahaan besar juga memiliki tata kelola perusahaan yang baik, prosedur pengendalian internal yang lebih teratur, dan menggunakan jasa auditor baik internal maupun eksternal yang profesional. Perusahaan besar juga akan memiliki hubungan yang lebih luas dengan berbagai pihak dalam aktivitas operasinya (Setiawati & Lim, 2015)[31]

Secara teori hubungan antara *size* dan ROE adalah positif. Semakin tinggi *size* suatu perusahaan maka kebebasan manajemen untuk memanfaatkan aset menjadi lebih tinggi. Perusahaan yang lebih besar dapat berdampak pada peningkatan ukuran perusahaan dan dapat meningkatkan profitabilitas. Suatu perusahaan memiliki aset yang tinggi yaitu aset tetap berupa mesin produksi. Semakin banyak mesin produksi maka kegiatan produksi suatu perusahaan akan meningkat, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan aset perusahaan untuk menghasilkan laba.

Berikut disajikan data perbandingan ukuran perusahaan dan profitabilitas di beberapa perusahaan makanan dan minuman :



Sumber: Data ini diolah berdasarkan laporan keuangan www.idx.co.id

Gambar 1. 3 Grafik Perbandingan Size dan ROE Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019

Berdasarkan gambar grafik 1.3 menunjukkan bahwa arah pergerakan ukuran perusahaan (*size*) dan profitabilitas pada perusahaan yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya dan mempunyai hubungan negatif. Dimana ukuran perusahaan diproksikan dengan LN (Total Aset) dan profitabilitas diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE). Dari grafik di atas ditemukan fenomena yang terjadi PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) dan PT Sekar Laut Tbk (SKLT) terjadi keselarasan antara teori dan kondisi riil *size* dengan

profitabilitas, dimana ketika *size* meningkat maka profitabilitas juga akan meningkat. Sedangkan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dan PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) terjadi ketidakselarasan antara teori dan kondisi riil, dimana ketika *size* meningkat justru profitabilitas menurun. Fenomena PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) *size* mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar 0.04% dan kenaikan pada tahun 2019 sebesar 0.06%. Sedangkan ROE mengalami penurunan sebesar 0.44% pada tahun 2018 dan naik sebesar 3.29% pada tahun 2019. Pada PT Sekar Laut Tbk (SKLT) *size* mengalami kenaikan sebesar 0.16% pada tahun 2018 dan 0.06% pada tahun 2019. Sedangkan ROE meningkat sebesar 1.95% pada tahun 2018 dan naik sebesar 2.40% pada tahun 2019. Fenomena PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) *size* meningkat sebesar 0.09% di tahun 2018 dan tidak mengalami kenaikan pada tahun 2019. Sedangkan ROE mengalami penurunan sebesar 1.06% pada tahun 2018 dan meningkat sebesar 0.95% pada tahun 2019. Pada PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) *size* mengalami kenaikan terus menerus sebesar 0.07% pada tahun 2018 dan 0.17% pada tahun 2019. Sedangkan ROE mengalami penurunan sebesar 2.22% pada tahun 2018 dan meningkat sebesar 3.62% pada tahun 2019.

Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori dan literatur yang mengatakan bahwa semakin besar nilai ukuran perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi peningkatan profitabilitas. Sebaliknya, semakin redah nilai ukuran perusahaan dapat menjelaskan dan memprediksi penurunan profitabilitas. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rifai et al., (2015)[32] dan Adawiyah & Suprihadi, (2017)[33] secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Hasil penelitian dari Sukadana & Triaryati (2018)[34] ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian menurut Limbong (2016)[35] menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Menurut Zuhridha (2015)[36] menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Sedangkan menurut Widiastuti et al., (2016)[37] ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

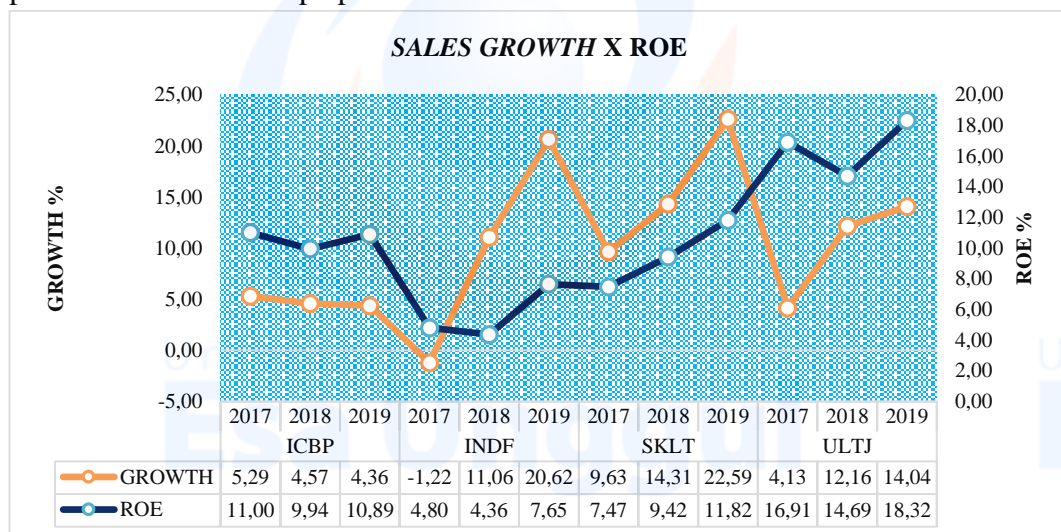
Faktor selanjutnya yang dapat menentukan profitabilitas adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat menggambarkan tolak ukur dari pertumbuhan dan perubahan kekayaan perusahaan. Perusahaan yang tumbuh lebih menarik bagi investor dari perusahaan yang tidak tumbuh sehingga pertumbuhan perusahaan dapat berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan (Kelana & Amanah, 2015)[16]. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka perusahaan akan semakin banyak mengandalkan modal. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan peningkatan pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk dalam kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan yang bertumbuh dapat menikmati keuntungan dan mendapatkan citra positif, yang akhirnya meningkatkan laba (Meidiyustiani, 2016)[38]

Pertumbuhan perusahaan mempengaruhi profitabilitas, melalui penjualan

yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap produktivitas dan efisiensi perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada profitabilitas. Semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka kemampuan perusahaan menghasilkan laba semakin tinggi, hal ini berarti penilaian terhadap rasio profitabilitas juga tinggi (Saraswathi et al., 2016)[39]. Pertumbuhan yang besar pada suatu perusahaan akan mempermudah memasuki pasar modal karena para investor dapat menangkap sinyal positif dengan mempertimbangkan kestabilan nilai aset dibandingkan penjualan dan nilai kapitalisasi pasar hal tersebut dapat dimanfaatkan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas (Puspita & Hartono, 2018)[40].

Secara teori hubungan antara *sales growth* dan ROE adalah positif. Semakin tinggi angka *sales growth*, maka perusahaan mengalami pertumbuhan perusahaan yang bagus. Dimana pertumbuhan penjualan yang ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan. Jika pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat, maka biaya produksi dapat dikendalikan dan laba yang diperoleh akan meningkat.

Berikut disajikan data perbandingan pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas di beberapa perusahaan makanan dan minuman :



Sumber: Data ini diolah berdasarkan laporan keuangan www.idx.co.id

Gambar 1. 4 Grafik Perbandingan Sales Growth dan ROE Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019

Berdasarkan gambar grafik 1.4 menunjukkan bahwa bahwa arah pergerakan pertumbuhan perusahaan (*growth*) dan profitabilitas pada perusahaan mengalami fluktuasi dan terdapat nilai penurunan serta mempunyai hubungan negatif. Dimana pertumbuhan perusahaan diprosikan dengan *sales growth* dan profitabilitas diprosikan dengan *Return On Equity* (ROE). Dari grafik di atas ditemukan fenomena yang terjadi PT Sekar Laut Tbk (SKLT) terjadi keselarasan antara teori dan kondisi riil *growth* dan profitabilitas, dimana ketika *growth* naik maka profitabilitas juga akan naik. Sedangkan pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) dan PT Ultra Jaya Milk

Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) terjadi ketidakselarasan antara teori dan kondisi riil, dimana ketika *growth* meningkat justru profitabilitas menurun. Pada PT Sekar Laut Tbk (SKLT) *growth* mengalami kenaikan terus menerus sebesar 4.68% pada tahun 2018 dan sebesar 8.28% pada tahun 2019. Sedangkan ROE juga mengalami kenaikan terus menerus sebesar 1.95% pada tahun 2018 dan sebesar 2.40% pada tahun 2019. *Growth* PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengalami penurunan secara terus menerus sebesar 0.72% pada tahun 2018 dan sebesar 0.21% pada tahun 2019. Sedangkan ROE mengalami penurunan sebesar 1.06% pada tahun 2018 dan meningkat sebesar 0.95% pada tahun 2019. Fenomena *growth* PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) mengalami kenaikan terus menerus sebesar 12.28% pada tahun 2018 dan sebesar 9.56% pada tahun 2019. Sedangkan ROE mengalami penurunan sebesar 0.44% pada tahun 2018 dan naik sebesar 3.29% pada tahun 2019. Pada PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) *growth* mengalami kenaikan secara terus menerus sebesar 8.03% pada tahun 2018 dan sebesar 1.88% pada tahun 2019. Sedangkan ROE mengalami penurunan sebesar 2.22% pada tahun 2018 dan meningkat sebesar 3.62% pada tahun 2019.

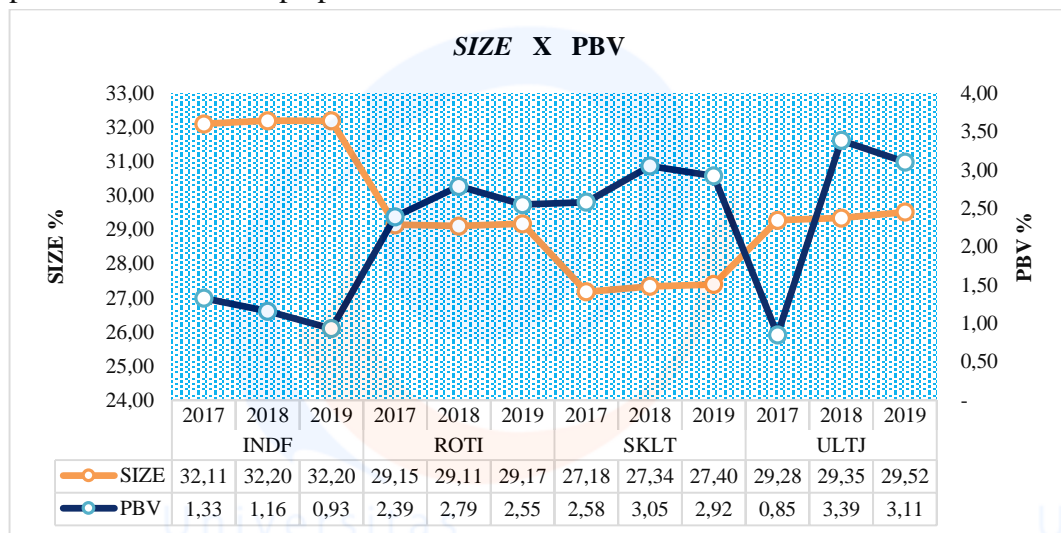
Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori dan literatur yang mengatakan bahwa semakin tinggi pertumbuhan penjualan akan membuat tingkat keuntungan semakin besar yang didapat dari aktivitas penjualan. Selain itu, semakin cepat pertumbuhan perusahaan maka kemampuan menghasilkan laba juga semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Novyanny & Turangan (2017)[41] dan Ginting (2019)[42] pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Menurut Pashah et al., (2018)[43] pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hasil pengujian dari Kelana & Amanah (2015)[16] menunjukkan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ada banyak faktor yang dapat menentukan nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan diyakini akan mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah perusahaan mendapatkan pendanaan dari pihak internal maupun eksternal (Novari & Lestari, 2016)[17]. Ukuran perusahaan mencerminkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan dibedakan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan kecil dan perusahaan besar. Perusahaan besar cenderung menarik investor karena akan mempengaruhi nilai perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat dikatakan ukuran perusahaan secara langsung dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan besar dianggap mencerminkan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kenaikan nilai perusahaan dapat ditunjukkan dengan total aset perusahaan yang mengalami peningkatan dan lebih besar dari total hutang perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2016)[7].

Secara teori hubungan antara *size* dan rasio PBV adalah positif. Semakin

tinggi *size* suatu perusahaan maka kebebasan manajemen untuk memanfaatkan aset menjadi lebih tinggi. Perusahaan yang lebih besar dapat berdampak pada peningkatan ukuran perusahaan dan dapat meningkatkan profitabilitas. Suatu perusahaan memiliki aset yang tinggi yaitu aset tetap berupa mesin produksi. Semakin banyak mesin produksi maka kegiatan produksi suatu perusahaan akan meningkat, sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan aset perusahaan untuk menghasilkan laba. Jika laba perusahaan yang tinggi maka dividen yang akan dibagikan kepada pemegang saham juga akan tinggi. Sehingga investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya. Jika permintaan akan saham naik, maka harga saham akan naik, sehingga nilai perusahaan pun naik. Selain itu ukuran perusahaan yang besar menunjukkan kondisi yang stabil terutama dalam pengembalian saham untuk investor lebih tinggi.

Berikut disajikan data perbandingan ukuran perusahaan dan nilai perusahaan di beberapa perusahaan makanan dan minuman :



Sumber: Data ini diolah berdasarkan laporan keuangan www.idx.co.id

Gambar 1. 5 Grafik Perbandingan Size dan PBV Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019

Berdasarkan gambar grafik 1.5 menunjukkan bahwa arah pergerakan ukuran perusahaan (*size*) pada perusahaan mengalami fluktuasi dan terdapat nilai penurunan serta mempunyai hubungan negatif. Dimana *size* yang diprosikan dengan LN (Total Aset) dan nilai perusahaan yang diprosikan dengan rasio PBV. Dari grafik di atas ditemukan fenomena yang PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) dan PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) terjadi keselarasan antara teori dan kondisi riil *size* dan nilai perusahaan, dimana ketika *size* naik maka nilai perusahaan juga akan naik dan sebaliknya. PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Sekar Laut Tbk (SKLT) terjadi ketidakselarasan antara teori dan kondisi riil, dimana ketika *size* naik justru nilai perusahaan menurun. Fenomena PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) *size* mengalami penurunan pada tahun 2018 sebesar 0.04% dan kenaikan pada tahun 2019 sebesar 0.06%. Sedangkan untuk rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 0.40% pada tahun 2018,

dan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 0.24%. Pada PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) *size* mengalami kenaikan sebesar 0.07% pada tahun 2018 dan 0.17% pada tahun 2019. Sedangkan pada rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 2.54% pada tahun 2018 dan menurun sebesar 0.28% pada tahun 2019. Fenomena PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) *size* meningkat sebesar 0.09% di tahun 2018 dan tidak mengalami kenaikan pada tahun 2019. Sedangkan untuk rasio PBV mengalami penurunan secara terus menerus yaitu pada tahun 2018 sebesar 0.17% dan tahun 2019 sebesar 0.23%. Pada PT Sekar Laut Tbk (SKLT) *size* mengalami kenaikan sebesar 0.16% pada tahun 2018 dan 0.06% pada tahun 2019. Sedangkan rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 0.47% di tahun 2018 dan pada tahun 2019 menurun sebesar 0.13%.

Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori dan literatur yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar dan berhasil memanfaatkan asetnya secara maksimal dapat meningkatkan laba perusahaan serta memberikan sinyal positif ke investor yang kemudian akan direspon melalui meningkatnya minat investor untuk membeli saham perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nadheroh (2019)[44] menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Utomo & Christy (2017)[4] menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Menurut hasil penelitian Suryandani (2018)[45] dan Hertina et al., (2019)[22] variabel ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu hasil penelitian oleh Manoppo & Arie (2016)[46] dan Pratama & Wiksuana (2018)[29] menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

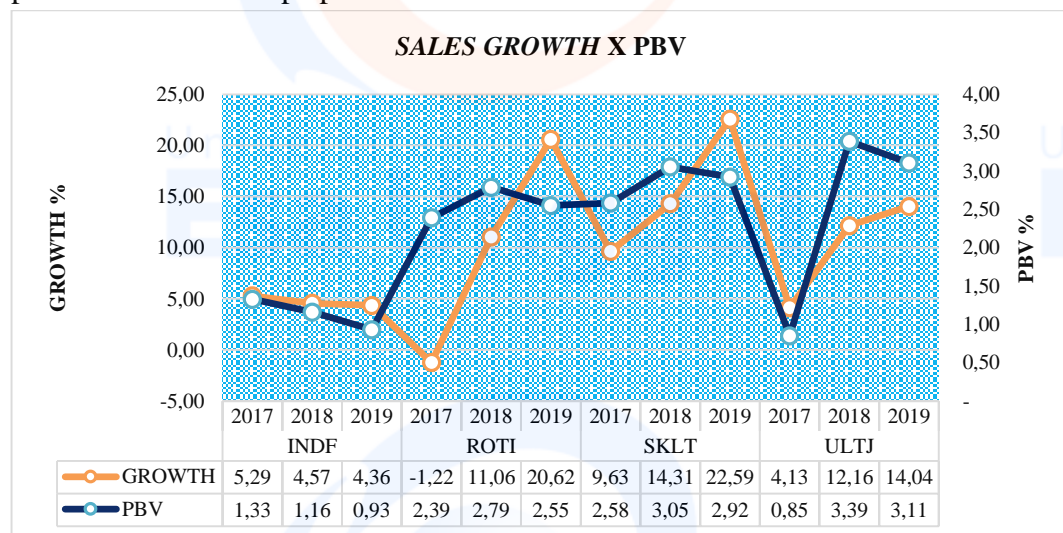
Faktor selanjutnya yang dapat menentukan nilai suatu perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan *size*. Banyak aspek baik internal maupun eksternal yang sangat mengharapkan perkembangan perusahaan, karena pertumbuhan yang baik merupakan pertanda perkembangan perusahaan (Gustian, 2017)[47]. Perusahaan yang terus tumbuh biasanya memiliki prospek yang bagus, yang tentunya akan direspon positif oleh investor yang akan berdampak pada naiknya harga saham perusahaan. Kenaikan harga saham juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Pertumbuhan perusahaan diukur dengan menggunakan perubahan total penjualan yang dimiliki perusahaan. Pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara total penjualan perusahaan pada periode berjalan dan total penjualan periode sebelumnya

Pertumbuhan perusahaan yang baik akan memberikan tanda berkembangnya perusahaan. Peningkatan penjualan perusahaan kemungkinan besar akan menghasilkan arus kas yang tinggi di masa depan. Apabila perusahaan dapat meningkatkan penjualannya maka dapat dikatakan bahwa hasil operasi

perusahaan juga akan meningkat, yang juga dapat mempengaruhi kepercayaan pihak luar (investor) terhadap perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang baik adalah perusahaan yang dapat mengelola sumber daya potensial dengan menghasilkan keuntungan, sehingga dapat meningkatkan penjualannya (Dhani & Utama, 2017)[21]. Jika perusahaan berkembang dengan baik, investor akan menilai bahwa perusahaan dapat memberikan tingkat pengembalian yang lebih tinggi atas investasi perusahaan. Respon yang baik dari investor dapat mempengaruhi harga saham perusahaan, yang juga akan meningkatkan nilai perusahaan (Ramdhonah, et al., 2019)[48].

Secara teori hubungan antara *sales growth* dan rasio PBV adalah positif. Semakin tinggi penjualan, maka perusahaan mengalami pertumbuhan perusahaan yang bagus. Dimana pertumbuhan penjualan yang ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan. Jika pertumbuhan penjualan perusahaan meningkat, maka biaya produksi dapat dikendalikan dan laba yang diperoleh akan meningkat. Jika laba meningkat, maka dividen yang dibagikan akan meningkat. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, semakin besar pertumbuhan perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang terus tumbuh biasanya memiliki prospek yang bagus dan akan direspon positif oleh investor yang berdampak pada naiknya harga saham perusahaan yang juga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berikut disajikan data perbandingan pertumbuhan perusahaan dan nilai perusahaan di beberapa perusahaan makanan dan minuman :



Sumber: Data ini diolah berdasarkan laporan keuangan www.idx.co.id

Gambar 1. 6 Grafik Perbandingan Sales Growth dan PBV Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019

Berdasarkan gambar grafik 1.6 menunjukkan bahwa bahwa arah pergerakan pertumbuhan perusahaan (*growth*) pada perusahaan yang mengalami fluktuasi dan terdapat nilai penurunan serta mempunyai hubungan negatif. Dimana *growth* diprosikan dengan *sales growth* dan nilai perusahaan diprosikan dengan

rasio PBV. Dari grafik di atas ditemukan fenomena yang terjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) terjadi keselarasan antara teori dan kondisi riil, dimana ketika *growth* naik maka nilai perusahaan juga akan naik dan sebaliknya. Sedangkan pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI), PT Sekar Laut Tbk (SKLT) dan PT Ultra Jaya Milk Industry dan Trading Company Tbk (ULTJ) terjadi ketidaksielarasan antara teori dengan kondisi riil, dimana ketika *growth* naik dan nilai perusahaan justru menurun. *Growth* PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengalami penurunan secara terus menerus sebesar 0.72% pada tahun 2018 dan sebesar 0.21% pada tahun 2019. Sedangkan untuk rasio PBV mengalami penurunan secara terus menerus yaitu pada tahun 2018 sebesar 0.17% dan tahun 2019 sebesar 0.23%. Fenomena *growth* PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) mengalami kenaikan terus menerus sebesar 12.28% pada tahun 2018 dan sebesar 9.56% pada tahun 2019. Sedangkan untuk rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 0.40% pada tahun 2018 dan pada tahun 2019 menurun sebesar 0.24%. Pada PT Sekar Laut Tbk (SKLT) *growth* mengalami kenaikan terus menerus sebesar 4.68% pada tahun 2018 dan sebesar 8.28% pada tahun 2019. Sedangkan rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 0.47% pada tahun 2018 dan pada tahun 2019 menurun sebesar 0.13%. *Growth* PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) mengalami kenaikan secara terus menerus sebesar 8.03% pada tahun 2018 dan sebesar 1.88% pada tahun 2019. Sedangkan pada rasio PBV mengalami kenaikan sebesar 2.54% pada tahun 2018 dan menurun sebesar 0.28% pada tahun 2019.

Kondisi tersebut tidak sesuai dengan logika teori dan literatur yang mengatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi cenderung akan diminati sahamnya oleh para investor. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suryandani (2018)[45] menyatakan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Suwardika & Mustanda (2017)[49] menyatakan pertumbuhan perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan namun memiliki arah yang negatif terhadap nilai perusahaan. Menurut Asmawi (2018)[8] menyatakan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Melihat fenomena di atas maka perusahaan harus berusaha untuk menjaga nilai yang tercermin dari harga saham perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Untuk menjaga nilai perusahaan, perusahaan harus meningkatkan pendapatannya secara finansial dengan cara meningkatkan penjualan. Perusahaan makanan dan minuman adalah perusahaan yang menyediakan kebutuhan primer sehingga sangat dicari karena merupakan kebutuhan dasar manusia. Oleh karena itu, menurut Kemenperin perusahaan makanan dan minuman termasuk salah satu perusahaan terbesar yang memberikan kontribusi bagi perekonomian nasional. Selain itu, saham industri makanan dan minuman disebut saham *defensif* (tahan banting), karena apa pun

yang terjadi, bahkan pada saat krisis pun orang akan selalu membutuhkan makanan.

Penelitian ini akan berfokus pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019 karena pada periode tersebut akan diperoleh data yang lebih baru. Di Indonesia jumlah perusahaan industri makanan dan minuman semakin meningkat karena barang konsumsi makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan utama manusia selain sandang dan papan, sehingga perusahaan industri barang konsumsi makanan dan minuman merupakan peluang usaha yang cukup menjanjikan.

Alasan yang menjadi motivasi untuk melakukan penelitian ini adanya fluktuatif pada nilai perusahaan yang terjadi di perusahaan makanan dan minuman serta terdapat perbedaan antara teori dan kondisi riil mengenai hubungan variabel ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi pada perusahaan makanan dan minuman. Selain itu juga terdapat perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya, sehingga peneliti ingin mengembangkan penelitian tersebut. Motivasi lain untuk membuat variabel dependen terhadap nilai perusahaan adalah nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai suatu perusahaan biasanya dikaitkan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham akan semakin meningkat. Dari beberapa pertimbangan tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah di atas, ditemukan identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu :

1. Terjadinya fluktuatif pada rasio PBV untuk nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman, sehingga mempengaruhi keputusan calon investor untuk berinvestasi.
2. Adanya fenomena yang terjadi yang menyebabkan profitabilitas (ROE) yang berfluktuatif sehingga menjadikan kinerja utama perusahaan dalam *core business* menjadi kurang berkembang.
3. Adanya fenomena yang terjadi yang menyebabkan ukuran perusahaan (*size*) yang banyak didanai oleh hutang sehingga menjadikan resiko tinggi.
4. Adanya fenomena yang terjadi yang menyebabkan pertumbuhan perusahaan (*growth*) berfluktuatif sehingga menjadikan *sustainability* perusahaan menjadi tidak stabil.
5. Struktur modal perusahaan untuk pendanaan yang banyak dibiayai oleh

dana dari luar akan menjadikan resiko perusahaan menjadi tinggi.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Dari permasalahan yang teridentifikasi di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Periode penelitian adalah tahun 2015-2019.
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan yang diukur dengan PBV.
4. Variabel independen dalam penelitian ini dibatasi pada Ukuran Perusahaan yang diukur dengan LN (Total Aset) dan Pertumbuhan Perusahaan yang diukur dengan *Sales Growth* (SG).
5. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Equity* (ROE).

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap profitabilitas?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah profitabilitas memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
8. Apakah profitabilitas memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas secara simultan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan secara parsial terhadap profitabilitas.

3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan secara parsial terhadap profitabilitas.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk mengetahui profitabilitas memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
8. Untuk mengetahui profitabilitas memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain :

1. Bagi Perusahaan
Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan strategi untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi Investor
Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan investor pada perusahaan yang akan ditanamkan dananya dengan melihat nilai perusahaan pada perusahaan tersebut.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Dari hasil penelitian diharapkan dapat sebagai bahan dasar referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi agar menjadi penelitian yang lebih baik lagi serta menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang nilai perusahaan.