

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

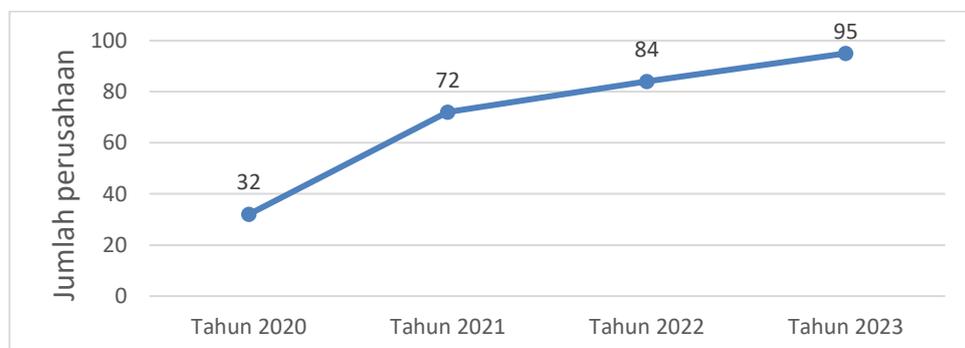
Perkembangan perekonomian Indonesia dari waktu ke waktu mengalami kenaikan yang cepat dan kompleks. Meskipun mengalami tekanan akibat pandemi covid 19, sektor manufaktur sendiri perlahan mengalami pertumbuhan. Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dari meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah. Akibatnya, ini juga merupakan industri di mana perusahaan lokal sangat ambisius dan telah berkembang menjadi eksportir global yang sukses. Pada saat yang sama, internasionalisasi masakan lokal merupakan peluang utama bagi perusahaan asing untuk menjual produk mereka kepada konsumen Indonesia, yang semakin terbuka terhadap makanan dan rasa baru.

Industri makanan dan minuman (mamin) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan meskipun ditengah tantangan yang ditimbulkan oleh pandemi covid-19. Menurut Kemenperin (2022), pertumbuhan sektor mamin pada triwulan III-2022 mencapai 3,57%, meningkat dari 3,49% pada periode yang sama tahun lalu. Kontribusi subsektor ini terhadap pertumbuhan industri nonmigas mencapai 4,88%, dengan kontribusi sebesar 37,82% terhadap PDB industri pengolahan non-migas, menjadikannya subsektor dengan kontribusi PDB terbesar.

Mengutip dari artikel IDX (2024), BPS melaporkan produk domestic Bruto (PDB) industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,47% pada tahun 2023. Angka ini terpantau menurun dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun 2022, PDB industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,90% dengan kontribusi sebesar 38,35% atau yang terbesar terhadap PDB industri pengolahan non-migas. Industri makanan dan minuman di Indonesia juga mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54% menjadi Rp775,1 triliun.

Alasan pemilihan sektor industri *food and beverage* adalah sektor yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi, di bandingkan dengan sektor lain dalam setiap situasi apapun baik kondisi saat krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap di butuhkan. Sebab produk ini merupakan kebutuhan dasar untuk masyarakat di seluruh Indonesia. Selain itu, jumlah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI mengalami penambahan perusahaan setiap tahunnya. Berikut data grafik jumlah perusahaan *food and beverage* :

Gambar I-1 Jumlah Perusahaan *Food And Beverage* Yang Terdaftar di BEI



Sumber : www.idx.co.id (data di olah,2024)

Gambar I-1 menunjukkan bahwa jumlah perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI mengalami tren peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, jumlah perusahaan yang tercatat hanya sebanyak 32 perusahaan. Tahun berikutnya, 2021, jumlahnya melonjak drastis menjadi 72 perusahaan, kemudian meningkat lagi menjadi 84 perusahaan pada tahun 2022, dan mencapai 95 perusahaan pada tahun 2023. Kenaikan jumlah perusahaan ini menunjukkan pemulihan industri makanan dan minuman yang cukup pesat setelah terdampak pandemi COVID-19 di tahun 2020. Pandemi sempat menyebabkan perlambatan aktivitas bisnis dan ketidakpastian ekonomi, termasuk pada sektor industri. Namun, mulai tahun 2021, terjadi rebound atau pemulihan signifikan yang ditandai dengan bertambahnya jumlah perusahaan yang mencatatkan sahamnya di BEI.

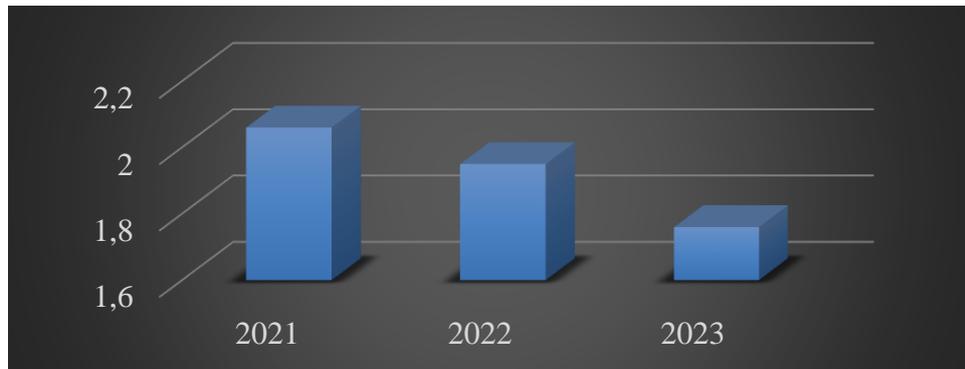
Fenomena ini tidak lepas dari meningkatnya permintaan konsumsi rumah tangga, perubahan gaya hidup masyarakat ke arah yang lebih praktis dan higienis, serta optimisme pelaku usaha terhadap prospek jangka panjang sektor ini. Seiring membaiknya kondisi ekonomi dan melonggarnya pembatasan sosial, banyak perusahaan baru bermunculan maupun melakukan ekspansi ke pasar modal. Oleh karena itu, periode 2021–2023 menjadi masa penting dalam melihat bagaimana sektor *food and beverage* menunjukkan ketahanannya dan kembali tumbuh pascapandemi jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami penambahan dari tahun ke tahun.

Perkembangan usaha saat ini sangat menuntut para pelaku usaha untuk lebih tanggap terhadap setiap perubahan yang ada di dunia bisnis. Untuk mampu bersaing dan unggul, perusahaan harus memiliki kinerja yang baik agar dapat mempertahankan eksistensinya. Hal ini menjadi tuntutan bagi setiap perusahaan, termasuk sektor makanan dan minuman, yang banyak memiliki pesaing. Dalam persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan dituntut untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain mengedepankan kepentingan pengelola dan pemilik modal, perusahaan juga diharapkan mengedepankan kepentingan karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan hidup (stakeholder) . Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan hukum terhadap pemegang saham saja, namun juga terhadap pemangku kepentingan lain yang berkepentingan dan tidak dapat dipenuhi tanpa bantuan dari berbagai pihak yang menghasilkan keuntungan suatu perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan tidak hanya tanggung jawabnya untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga tanggung jawabnya kepada pemegang saham (Hidayat et al., 2019).

Nilai perusahaan dapat dinyatakan sebagai *Price Book Value* (PBV), yang merupakan rasio perbandingan harga saham suatu pasar terhadap nilai buku per lembar saham. PBV menunjukkan seberapa besar nilai yang dapat diciptakan oleh perusahaan atas modal yang diinvestasikan. Semakin tinggi nilai PBV, maka semakin berhasil perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham (Maryana, R., & Nurhayati, 2022). Berikut adalah nilai rata-rata PBV

pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

Gambar I-2 Rata-rata PBV Industri Makanan Dan Minuman



Sumber : www.idx.co.id (data di olah,2024)

Gambar di atas menunjukkan bahwa rata-rata Price Book Value (PBV) perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan dari tahun 2021 sebesar 2,08%, tahun 2022 menjadi 1,95%, dan tahun 2023 turun lagi menjadi 1,76%. Menurut (Ika & Shidiq, 2013), nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting karena hal ini berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, yang merupakan tujuan utama perusahaan. Nilai perusahaan memegang peranan yang sangat penting bagi investor yang akan menanamkan dana yang dimilikinya; semakin tinggi nilai perusahaan, semakin tertarik investor untuk berinvestasi, sedangkan nilai perusahaan yang rendah cenderung membuat investor menahan diri untuk berinvestasi.

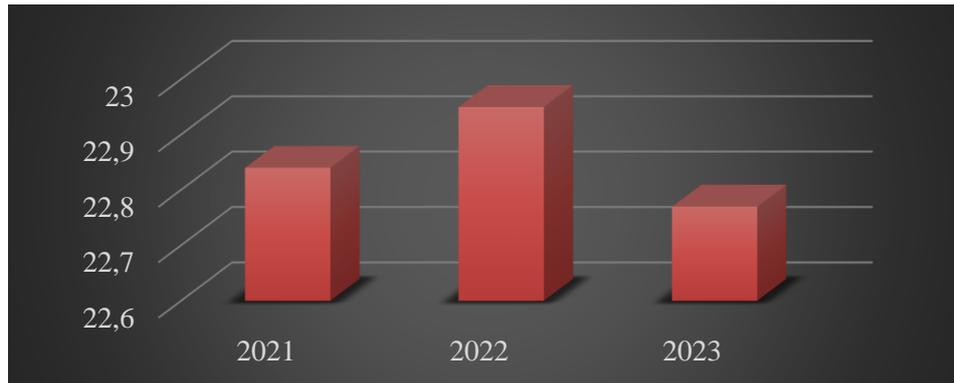
Ukuran yang biasa digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah *price book value*. *Price Book Value* (PBV) merupakan rasio yang mengukur

seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku dari saham (Fahmi, 2013). Harga saham dan nilai perusahaan adalah dua hal yang saling berhubungan. Nilai perusahaan dan harga saham tidak dapat dipisahkan karena harga saham mencerminkan bagaimana keadaan dan kinerja manajemen perusahaan terkait. Pada persaingan bisnis yang semakin ketat menjadikan nilai perusahaan digunakan sebagai tolak ukur penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Nilai perusahaan digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan manajemen dan sebagai bentuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan perubahan ekonomi. Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan meliputi ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas (Kadim. et al., 2018). Oleh karena itu, peneliti berupaya untuk menyelidiki fenomena ini lebih lanjut guna memahami faktor-faktor yang berkontribusi terhadap penurunan PBV dan mengeksplorasi cara bagi perusahaan untuk mengatasi tantangan tersebut agar dapat mencapai tujuan peningkatan nilai perusahaan.

Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu Ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan ukuran perusahaan yang dapat dinyatakan dalam bentuk total aset atau total penjualan bersih. Perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Semakin besar ukuran perusahaan dari sebuah perusahaan maka semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut (U. A. I. Maulana, 2023). Besar kecilnya perusahaan dinilai akan mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah untuk

memperoleh pendanaan baik secara internal maupun eksternal (Wardhani et al., 2021). Menurut (Prasetyorini, 2013) dalam mengukur ukuran perusahaan dapat dirumuskan dengan cara sebagai berikut: $Size = Ln(\text{Total Asset})$.

Gambar I-3 Rata-rata SIZE Industri Makanan Dan Minuman



Sumber : www.idx.co.id (data di olah, 2024)

Gambar di atas menunjukkan bahwa rata-rata ukuran perusahaan (*size*) perusahaan makanan dan minuman mengalami fluktuasi, dengan nilai sebesar 22,84% pada tahun 2021, meningkat menjadi 22,95% pada tahun 2022, dan kemudian mengalami penurunan menjadi 22,77% pada tahun 2023.

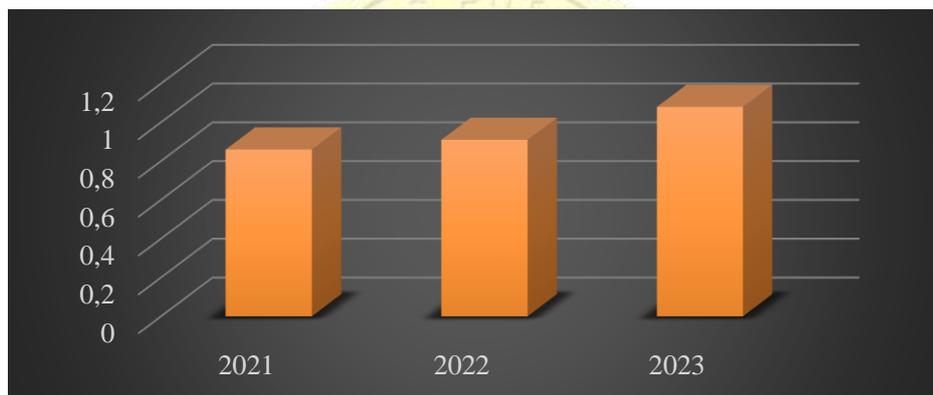
Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek. Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi. Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aset, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar dan kecilnya) suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah karyawan yang digunakan dalam perusahaan untuk melakukan aktivitas

operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar. Hasil penelitian yang dilakukan (U. A. I. Maulana, 2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian (Rivandi & Petra, 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Selain *Size* ada juga variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Leverage*. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya pemakaian hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan (Kasmir, 2019). Perusahaan memiliki berbagai sumber pendanaan, salah satunya yaitu hutang. Keputusan manajemen perusahaan yang dilakukan dalam pengelolaan hutang nantinya akan menjadi sinyal bagi para investor untuk dinilai bagaimana prospek perusahaan kedepannya. Menurut (Wibowo, 2021), hutang yang semakin tinggi dapat menaikkan nilai suatu perusahaan karena adanya biaya bunga pada hutang tersebut yang nantinya dapat mengurangi pembayaran pajak. Penggunaan pendanaan perusahaan dari hutang juga dapat menjadi penyebab peningkatan risiko kebangkrutan pada perusahaan, namun hal tersebut semakin mendorong manajemen dalam efisiensi bekerja agar kebangkrutan tidak terjadi (Anggraeni, 2020). Tingkat tingginya *leverage* akan menarik investor dalam menanamkan modalnya sehingga permintaan saham meningkat dan mempengaruhi harga saham atau nilai perusahaan.

Leverage menjadi salah satu cara dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan karena leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya pemakaian hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan (Kasmir, 2019). Aset serta sumber pendanaan yang dapat menimbulkan adanya beban atau biaya bunga dari aktivitas operasional pada perusahaan menjadi penyebab terjadinya *leverage*. Porsi hutang yang lebih kecil dibandingkan modal sendiri dianggap kurang mampu dalam menghasilkan laba daripada perusahaan yang menggunakan porsi penggunaan hutang lebih besar dibandingkan dengan modal sendiri (Wibowo, 2021).

Gambar I-4 Rata-rata DER Industri Makanan Dan Minuman



Sumber : www.idx.co.id (data di olah, 2024)

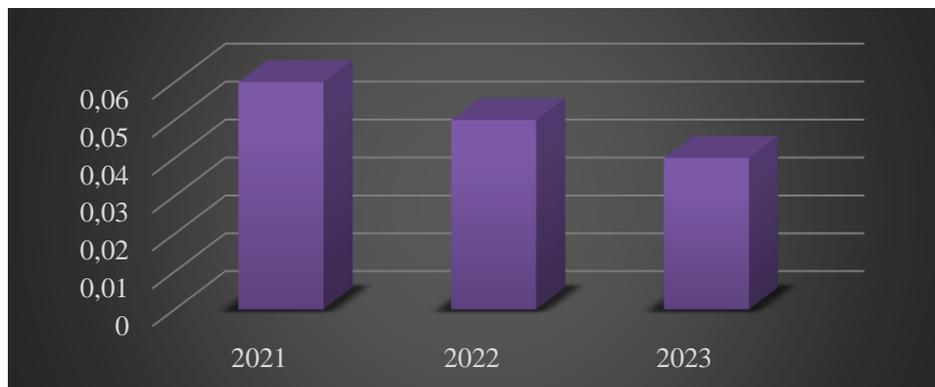
Gambar di atas menunjukkan bahwa rata-rata *Leverage* (*Debt to Equity Ratio*/DER) perusahaan makanan dan minuman mengalami kenaikan, dengan nilai sebesar 0,86 pada tahun 2021, meningkat menjadi 0,91 pada tahun 2022, dan kemudian mengalami kenaikan menjadi 1,08 pada tahun 2023.

Leverage perusahaan yang tinggi dianggap memiliki motivasi lebih dalam menjalankan kinerja keuangan perusahaannya dengan baik dan perusahaan memiliki semangat dalam meningkatkan laba atau keuntungannya. Menurut

(Kasmir, 2019), *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan salah satu proksi leverage yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. DER dapat menggambarkan kecukupan ekuitas dalam menjamin keseluruhan hutang yang dimiliki perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anggita & Andayani, 2022) menyebutkan bahwa *Leverage* yang diproksikan dengan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian (Rivandi & Petra, 2022) menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain itu Profitabilitas juga menjadi salah satu dari ragam faktor yang mempengaruhi suatu nilai pada perusahaan. Profitabilitas mampu memberikan kolerasi baik dalam nilai suatu perusahaan dengan menguntungkan aset dari perusahaan tersebut (Defni, 2021). Profitabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk menganalisis kekuatan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Karimah & Mahroji, 2023). Menurut (Salainti, 2019) & (Sugiyono, 2016) Rasio terpenting dibandingkan dengan rasio yang lainnya dalam memberikan keuntungan adalah profitabilitas, sebagaimana mempunyai suatu entitas dalam memberikan hasil pada laba bersih setelah pajak dari semua aset dalam operasional perusahaan. Suatu bisnis akan mengalami kesulitan untuk menarik investor untuk menanamkan modalnya apabila tidak memberikan hasil suatu laba dengan baik. Sinyal menurut investor merupakan perusahaan yang memiliki pengembalian yang tinggi atas modal yang di investasikan (Aru & ListyoriniWahyu Widati, 2022).

Gambar I-5 Rata-rata ROA Industri Makanan Dan Minuman



Sumber : www.idx.co.id (data di olah,2024)

Gambar di atas menunjukkan bahwa rata-rata Return on Assets (ROA) perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan, dari tahun 2021 sebesar 0,06%, tahun 2022 menjadi 0,05%, dan tahun 2023 turun lagi menjadi 0,04%.

Menurut (Junardi, 2019) rasio yang dipakai dalam memberikan ukuran baiknya perusahaan dalam perusahaan disebut profitabilitas. Suatu tingkatan perolehan laba dalam entitas bisnis mampu dilihat dari rasio *Return On Asset* (ROA). Pendapat dari (Wulandari, C. D., & Damayanti, 2022) suatu entitas bisnis yang mempunyai faktor profitabilitas yang baik, akan memberikan daya tarik tersendiri bagi penanam modal. Karena profitabilitas yang tinggi akan menunjukkan pertumbuhan perusahaan tersebut mempunyai prospek masa depan dalam kondisi yang baik. Menurut (Afrianti & Purwaningsih, 2022), perusahaan dengan keuntungan yang tinggi dapat meyakinkan investor dalam menanamkan modalnya untuk perusahaan terkait. Tingginya angka ROA maka tinggi juga perusahaan dalam memberikan untung. Hasil penelitian (Rivandi & Petra, 2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian (Pramudya & Mawardi, 2023) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini profitabilitas digunakan sebagai variabel *intervening* untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Beberapa studi terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan. Dalam beberapa kasus, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan, namun dalam studi lain tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Oleh karena itu, diperlukan variabel mediasi seperti profitabilitas untuk memahami apakah hubungan tidak langsung justru memberikan pengaruh yang lebih signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian (Octaviany et al., 2019) menunjukkan bahwa Profitabilitas mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menentukan nilai perusahaan melalui keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan. Perusahaan besar pada umumnya dapat melakukan ekspansi pasar. Dan menunjukkan keberhasilan dalam mengembangkan bisnis, kemampuan dalam menjalankan perusahaan serta memiliki prospek yang baik. Sehingga membuat investor tertarik untuk ikut berinvestasi pada perusahaan tersebut. Meningkatnya keuntungan perusahaan membuat nilai perusahaan juga ikut naik karena prospek usaha yang sangat menyakinkan dan membuat harga saham perusahaan naik. Dan hasil penelitian (Pratiwi & Muthohar, 2021) menunjukkan bahwa profitabilitas mampu

memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. *Leverage* yang dihasilkan perusahaan akan meningkatkan profitabilitas yang akan berdampak pada nilai perusahaan. Peningkatan utang dapat meningkatkan profitabilitas yang secara tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan yang lebih tinggi (Ardiana & Chabachib, 2015).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, terdapat ketidaksamaan hasil. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lain menyatakan sebaliknya. Terkait dengan hasil-hasil tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening”**.

1.2. Rumusan Masalah

Nilai perusahaan digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan manajemen dan sebagai bentuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam menghadapi tantangan perubahan ekonomi. Adanya hal tersebut apakah ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel *intervening*. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI ?

3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI ?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI ?
5. Apakah Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI ?
6. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang melalui Profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI ?
7. Apakah Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI ?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokuskan, maka penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal, antara lain:

1. Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) secara terus menerus dari tahun 2021-2023.
2. Perusahaan *food and beverage* yang telah menerbitkan laporan keuangan dan memiliki kelengkapan data selama periode 2021-2023.
3. Variable dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable intervening.

a. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan SIZE (Ln *Total Asset*).

b. *Leverage*

Leverage dalam penelitian ini diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER).

c. Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA)

d. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan PBV (*Price Book Value*).

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.
2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.
4. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.

5. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.
6. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.
7. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

1. Bagi Investor

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan investor dalam mempertimbangkan pengambilan keputusan investasi pada perusahaan *Food and Beverage* di BEI.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pemilik perusahaan tentang perkembangan perusahaan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai ukuran perusahaan dan *leverage* yang diterapkan pada suatu perusahaan

serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai intervening.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi di bidang manajemen keuangan dan bermanfaat untuk peneliti selanjutnya.

