

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi dalam bidang ekonomi memberikan kesempatan kepada setiap perusahaan masuk ke dalam lingkungan bisnis yang lebih luas. Indonesia sebagai bagian dalam kawasan regional Asia Tenggara mempunyai tantangan dalam menghadapi satu pasar bebas dalam kawasan Asia Tenggara yang dikenal dengan nama Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Dengan diberlakukannya MEA, maka perusahaan-perusahaan di Indonesia menghadapi suatu tantangan untuk merebut peluang pasar dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Menghadapi kondisi demikian, setiap perusahaan dituntut untuk mampu membaca dan melihat situasi yang terjadi sehingga dapat melakukan pengelolaan fungsi-fungsi manajemen dengan baik di bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia dan keuangan dengan baik agar dapat lebih unggul dalam persaingan.

Untuk memenangkan persaingan saat ini menuntut manajer mampu menghimpun dana secara efisien baik itu dari internal perusahaan atau eksternal perusahaan, dan untuk mengatasi ketersediaan dana yang ada, perusahaan harus cermat dan teliti dalam mencari sumber dana yang digunakan untuk membiayai investasi yang akan dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dituntut untuk memenuhi kebutuhan pemegang kepentingan perusahaan dalam mempertahankan berlangsungnya sebuah perusahaan.

Definisi mengenai perusahaan secara jelas menurut hukum untuk pertama kali dirumuskan di dalam Pasal 1 huruf (b) Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan yang ditentukan sebagai berikut: Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia dengan tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.

Selain itu, terdapat juga definisi perusahaan menurut Pasal 1 butir 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan yang berbunyi: Perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh orang perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Kedua definisi perusahaan menurut Undang-Undang tersebut mengatur tidak hanya jenis usaha yang berupa kegiatan ekonomi, tetapi juga telah mengatur mengenai bentuk usaha yang berwujud badan usaha yang didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Suatu perusahaan yang didirikan pasti untuk dapat mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dengan melakukan strategi-strategi untuk mencapainya. Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham adalah kemampuan perusahaan membayar dividen. Nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya kemampuan perusahaan membayar dividen. Besarnya dividen akan mempengaruhi harga sahamnya. Apabila dividen yang dibayar tinggi, maka harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi dan sebaliknya (Harjito & Martono, 2013).

Pemegang saham sebagai pemilik perusahaan biasanya menginvestasikan dananya dengan tujuan untuk memperoleh dividen yang tinggi. Dana investasi tersebut akan diinvestasikan kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki reputasi dengan nilai perusahaan yang baik, yang juga memiliki kemampuan untuk memperoleh laba. Laba yang tinggi akan membuat perusahaan meningkatkan pembagian dividennya kepada para pemegang saham, sehingga harapan bagi kemakmuran para pemegang saham dapat terpenuhi (Harjito & Martono, 2013).

Tetapi, untuk mendapatkan nilai perusahaan yang baik membuat sering munculnya konflik antara pengelola perusahaan (manajer) dengan

para pemegang saham sebagai pemilik. Tidak jarang manajer perusahaan memiliki tujuan lain yang mungkin bertentangan dengan tujuan utama dari perusahaan tersebut. Perbedaan kepentingan ini yang disebut sebagai masalah keagenan atau *agency problem* (Harjito & Martono, 2013).

Setiap perusahaan memperhatikan kondisi keuangannya baik perusahaan bersekala besar ataupun perusahaan yang bersekala kecil, hal tersebut dikarenakan dengan perkembangan bidang usaha yang semakin maju dan ketatnya persaingan antara perusahaan satu dan yang lainnya. Perusahaan maupun kegiatan usaha selalu berhati-hati dalam membuat kebijakan guna menjaga keberlangsungan perusahaan serta untuk mempertahankan eksistensi perusahaan baik dalam menghadapi persaingan maupun untuk memperluas usaha sehingga dapat memperkuat posisi pasar.

Menurut Utama, Dedi & Erna (2018) Perusahaan yang dikelola dengan baik umumnya memiliki Rasio *Price to Book Value* diatas satu. Hal ini menggambarkan nilai saham perusahaan lebih besar daripada nilai buku pada perusahaan. Nilai *Price to Book Value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham yang baik.

Salah satu tolak ukur untuk menentukan nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rasio *Price to Book Value* PBV. Rasio PBV diukur dengan membandingkan harga saham dengan nilai buku perlembar saham.

Menurut Arief & Egi (2016) Perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau diatas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV dibawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). Menurut Buddy (2016) PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

Berikut ini merupakan tabel *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

Tabel 1.1 Perkembangan Nilai Perusahaan sub sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022

No	Kode Perusahaan	Price to Book Value					Rata-Rata	Keterangan
		2018	2019	2020	2021	2022		
1	AMFG	0.45	0.44	0.40	0.59	0.65	0.50	Tidak Ideal
2	AMIN	0.95	0.78	0.97	0.81	0.74	0.85	Tidak Ideal
3	APII	0.73	0.66	0.50	0.65	0.56	0.62	Tidak Ideal
4	ARKA	0.00	16.56	1.22	1.15	1.00	4.98	Ideal
5	ARNA	0.81	0.85	0.61	0.93	0.96	0.83	Tidak Ideal
6	CAKK	0.51	0.38	0.28	0.49	0.97	0.53	Tidak Ideal
7	CCSI	0.01	0.79	0.72	1.74	0.81	0.81	Tidak Ideal
8	CTTH	0.45	0.29	0.30	0.30	0.36	0.34	Tidak Ideal
9	GPSO	0.00	0.00	0.00	1.76	2.17	1.97	Ideal
10	HEXA	1.06	1.21	1.16	1.90	1.87	1.44	Ideal
11	HOPE	0.00	0.00	0.00	1.52	0.88	0.80	Tidak Ideal
12	IKBI	0.32	0.33	0.31	0.31	0.24	0.30	Tidak Ideal
13	IMPC	3.40	3.80	4.44	7.48	8.00	5.43	Ideal
14	INTA	7.63	-6.92	-0.51	-0.13	-0.13	-0.01	Tidak Ideal
15	JECC	1.42	1.24	1.15	1.31	1.00	1.22	Ideal
16	KBLI	0.60	0.88	0.66	0.46	0.50	0.62	Tidak Ideal
17	KBLM	0.34	0.40	0.29	0.21	0.22	0.29	Tidak Ideal
18	KIAS	0.01	1.07	0.88	0.89	0.88	0.74	Tidak Ideal
19	KOBX	0.79	0.61	0.87	1.07	1.38	0.94	Tidak Ideal
20	KOIN	2.21	1.26	0.78	1.60	4.88	2.15	Ideal
21	KPAL	1.70	0.77	0.00	0.00	0.00	0.50	Tidak Ideal
22	KRAH	0.83	0.00	0.00	0.00	0.00	0.83	Tidak Ideal

23	KUAS	0.00	0.00	0.00	0.67	0.48	0.57	Tidak Ideal
24	LABA	0.00	0.00	0.00	1.63	1.70	1.67	Ideal
25	MARK	6.40	5.79	7.85	5.51	3.00	5.71	Ideal
26	MLIA	0.71	0.37	0.27	0.84	0.78	0.59	Tidak Ideal
27	NTBK	0.00	0.00	0.00	0.00	0.91	0.91	Tidak Ideal
28	SCCO	0.61	0.60	0.66	7.18	0.38	1.89	Ideal
29	SINI	0.00	9.62	6.27	4.05	10.23	7.54	Ideal
30	SKRN	1.07	1.12	1.95	2.45	5.65	2.45	Ideal
31	SPTO	0.69	0.81	0.81	0.84	0.70	0.77	Tidak Ideal
32	TOTO	1.87	1.57	1.28	1.07	1.21	1.40	Ideal
33	UNTR	1.79	1.31	1.57	1.15	1.09	1.38	Ideal
34	VOKS	0.90	1.13	0.88	0.83	0.80	0.91	Tidak Ideal
35	ASGR	1.03	0.79	0.69	0.68	0.75	0.79	Tidak Ideal
36	BINO	0.00	0.00	0.00	0.94	0.66	0.80	Tidak Ideal
37	BLUE	0.00	2.93	3.48	1.56	1.39	2.34	Ideal
38	DYAN	0.41	0.61	0.41	0.67	0.82	0.58	Tidak Ideal
39	ICON	0.52	0.31	0.33	0.46	0.30	0.38	Tidak Ideal
40	INDX	0.65	0.41	0.44	0.86	1.05	0.68	Tidak Ideal
41	JTPE	1.32	2.27	2.26	2.00	1.77	1.92	Ideal
42	KONI	7.18	8.27	2.29	2.92	8.04	5.74	Ideal
43	LION	0.74	0.52	0.41	0.40	0.93	0.60	Tidak Ideal
44	MDRN	0.96	1.16	0.71	0.94	1.19	0.99	Tidak Ideal
45	MFMI	2.73	2.47	5.07	6.42	4.88	4.31	Ideal
46	PADA	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	Tidak Ideal
47	SOSS	4.12	2.42	2.09	1.67	1.81	2.42	Ideal
48	TIRA	0.79	0.88	0.95	1.57	1.40	1.12	Ideal
49	TRIL	0.48	0.49	0.56	0.00	0.00	0.31	Tidak Ideal
50	ABMM	1.45	0.85	0.92	0.77	0.93	0.98	Tidak Ideal

51	ASII	1.91	1.50	1.25	1.07	0.95	1.34	Ideal
52	BHIT	0.22	0.19	0.18	0.13	0.12	0.17	Tidak Ideal
53	BMTR	0.28	0.33	0.23	0.18	0.17	0.24	Tidak Ideal
54	BNBR	3.13	3.57	5.56	6.25	5.56	4.81	Ideal
55	MLPL	0.19	0.24	0.28	1.28	0.38	0.47	Tidak Ideal
56	ZBRA	0.01	9.67	8.50	1.18	1.10	4.09	Ideal
Rata-Rata		1,50	1.37	1.16	1.59	1.67		

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan data tabel di atas menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri lima tahun terakhir terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki nilai rasio PBV tidak ideal dibawah 1 sebanyak 34 perusahaan dan nilai rasio PBV ideal diatas 1 sebanyak 22 perusahaan.

Perusahaan sektor industri dijadikan objek penelitian karena perusahaan sektor tersebut berkaitan erat dengan nilai perusahaan karena faktor ekonomi, regulasi, dan tren pasar yang memengaruhi performa bisnis. Sebuah perusahaan akan dinilai berdasarkan kinerjanya dalam konteks sektor industri tertentu. Kesesuaian strategi bisnis perusahaan dengan dinamika sektor industri juga dapat berdampak signifikan pada penilaian nilai perusahaan tersebut.

Menurut Fahmi (2017) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan struktur modal.

Ukuran perusahaan memainkan peran penting dalam menentukan nilai perusahaan dengan sejumlah faktor yang perlu diperhatikan. Perusahaan besar seringkali dapat mencapai ekonomi skala, mengakses sumber daya finansial dengan lebih mudah, dan memiliki distribusi pasar yang luas. Keuntungan ini dapat memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya tawar dalam negosiasi bisnis.

Namun, perusahaan yang lebih kecil juga dapat memiliki keunggulan tertentu. Mereka cenderung lebih fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar, memungkinkan adaptasi yang lebih cepat terhadap tren atau peluang baru. Selain itu, perusahaan kecil dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan inovatif.

Penting untuk diingat bahwa ukuran perusahaan hanyalah salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Faktor lain seperti manajemen yang efektif, strategi bisnis yang tepat, kondisi ekonomi *worldwide*, dan faktor lingkungan memainkan peran krusial dalam menentukan bagaimana pasar menilai suatu perusahaan. Oleh karena itu, evaluasi holistik terhadap berbagai aspek ini diperlukan untuk memahami sepenuhnya faktor yang memengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Widiastari & Yasa (2018) Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Menurut Ramadan, ukuran perusahaan merupakan indikator yang akan dilirik oleh para investor sehingga kepercayaan investor akan meningkat. Perusahaan yang besar akan mudah diketahui oleh masyarakat, sehingga informasi tentang perusahaan akan semakin mudah diketahui (Septriana & Maheswari, 2019).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Valentina Sinta Dewi & Agustin Ekadjaja (2020), Candra Kurnia Saputri & Axel Giovanni (2021), bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda, dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahra Romdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan memiliki dampak yang mendalam terhadap nilai perusahaan, menciptakan sejumlah faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan persepsi pasar. Pertama-tama, pertumbuhan pendapatan dapat menjadi pendorong utama dalam

peningkatan nilai perusahaan. Seiring perusahaan memperluas operasinya, peningkatan penjualan memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan *absolute*. Ini tidak hanya menciptakan peluang untuk meningkatkan laba, tetapi juga menciptakan keyakinan di kalangan investor dan analis keuangan terhadap prospek perusahaan.

Selanjutnya, pertumbuhan dapat meningkatkan efisiensi operasional. Dengan meningkatnya skala produksi, perusahaan dapat memanfaatkan ekonomi skala untuk mengurangi biaya produksi per unit, meningkatkan keuntungan, dan akhirnya memperkuat posisi pasar. Selain itu, pertumbuhan dapat menghasilkan diversifikasi portofolio produk atau layanan, yang dapat mengurangi risiko yang terkait dengan ketergantungan pada segmen tertentu.

Namun, perlu diingat bahwa strategi pertumbuhan harus seimbang dan berkelanjutan. Pertumbuhan yang tidak terkendali atau terlalu agresif dapat menyebabkan beban keuangan yang berlebihan atau kehilangan fokus pada inti bisnis. Hal ini dapat berdampak negatif pada kepercayaan investor dan, akibatnya, menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjalankan pertumbuhan dengan hati, dengan memperhatikan manajemen risiko dan menjaga keseimbangan antara pertumbuhan dan stabilitas.

Menurut Noviani, Atahau & Robiyanto (2019) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan dapat dilihat berdasarkan penilaian yang tinggi dari pihak eksternal perusahaan terhadap aset yang dimiliki perusahaan maupun pertumbuhan pasar saham. Hal itu sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita & Artini (2019) yang menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan dapat dinyatakan dengan perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset masa ini dibandingkan dengan total aset masa lalu. Perusahaan mengharapkan adanya pertumbuhan perusahaan karena semakin baik pertumbuhan perusahaan maka akan memberikan dampak baik terhadap perkembangan perusahaan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zahra Romdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019), Meri Eka Nursariyanti & Suyatmin Waskito Adi (2021) menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda, dengan penelitian yang dilakukan oleh Candra Kurnia Saputri & Axel Giovanni (2021) yang menunjukkan bahwa, pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas memiliki dampak yang mendalam terhadap nilai perusahaan. Saat sebuah perusahaan mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi, hal ini tidak hanya mencerminkan kesehatan finansial, tetapi juga meningkatkan daya tarik investasi. Keuntungan yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan mampu mengelola biaya operasionalnya secara efisien dan menghasilkan pendapatan yang cukup besar. Ini dapat meningkatkan harga saham perusahaan, menghasilkan keuntungan modular bagi pemegang saham.

Selain itu, profitabilitas yang konsisten dapat membantu perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan dengan suku bunga lebih rendah, mengurangi biaya modal, dan meningkatkan keuntungan bersih. Kepercayaan dari pihak kreditur juga dapat meningkat, membuka peluang untuk pinjaman dengan kondisi lebih menguntungkan. Selanjutnya, profitabilitas yang baik menciptakan kestabilan finansial, memungkinkan perusahaan untuk melakukan investasi jangka panjang, riset, dan pengembangan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan di masa depan.

Namun, perlu dicatat bahwa profitabilitas yang tinggi tidak selalu menjamin nilai perusahaan yang ideal. Faktor lain seperti pertumbuhan pasar, manajemen risiko, dan faktor ekonomi *worldwide* juga turut berperan. Oleh karena itu, sementara profitabilitas memiliki peran sentral dalam menentukan nilai perusahaan, pengelolaan yang mencakup berbagai aspek bisnis tetap penting untuk mencapai nilai perusahaan yang maksimal.

Menurut Rajagukguk, Ariesta & Pakpahan (2019) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba. Kinerja suatu perusahaan dapat dinilai dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, karena pada perusahaan profitabilitas dijadikan sebagai penilaian keefektifitasan pengelolaannya. Profitabilitas pada perusahaan dapat dinilai dengan bermacam cara tergantung pada laba dari aktiva atau modal yang diperbandingkan satu dengan lainnya. Profitabilitas merupakan indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan melalui perolehan laba selama mengelola kekayaan perusahaan. Semakin besar jumlah profitabilitas perusahaan yang tercatat pada laporan keuangan dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik, maka peluang perusahaan pada masa yang akan datang semakin baik (Noviani, Atahau & Robiyanto, 2019).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prasetyo, Amelia Oktrivina & Ameilia Damayanti (2021), Kusniawati & Harpa Sugiharti (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda, dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizqia Muharramah & Mohamad Zulman Hakim (2021) yang menunjukkan bahwa, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal suatu perusahaan merujuk pada komposisi antara modular sendiri (ekuitas) dan modular pinjaman (hutang) yang digunakan untuk mendanai operasional dan investasi. Pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sangat kompleks dan melibatkan berbagai faktor.

Selanjutnya, nilai perusahaan cenderung meningkat ketika struktur modal diatur sedemikian rupa sehingga mengoptimalkan biaya modular dan meminimalkan risiko keuangan. Investor dan pemegang saham cenderung lebih suka perusahaan dengan struktur modular yang seimbang, menunjukkan kebijakan keuangan yang bijaksana dan mampu memberikan return yang baik.

Dalam mengelola struktur modal, perusahaan juga harus mempertimbangkan siklus hidup industri, kondisi pasar, dan tujuan

perusahaan. Terdapat pendekatan berbeda tergantung pada apakah perusahaan sedang berkembang, matang, atau mengalami tantangan keuangan.

Dengan merinci elemen ini, perusahaan dapat menciptakan struktur modal yang ideal, mengoptimalkan biaya modular, mengurangi risiko keuangan, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Fahmi (2015) struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proforsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka Panjang (*long term liabilities*) dan modal sendiri yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan. Menurut Sintyana dan Artini (2018) Struktur modal merupakan gambaran atas pemakaian utang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan struktur modal sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan utang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tarmiji (2019), I Gusti Ayu & Ni Putu Ayu (2019) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda, dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Syamsul Fauzi (2018) yang menunjukkan bahwa, struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diungkapkan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri yang Terdaftar di BEI 2018-2022)”.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

3. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
5. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mendapatkan penelitian empiris mengenai:

1. Pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur akademis dengan menguraikan hubungan spesifik antara ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas dan struktur modal dengan nilai perusahaan. Melalui analisis yang mendalam, penelitian ini dapat memberi dampak masing-masing faktor terhadap valuasi perusahaan, memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika di pasar keuangan. Dengan demikian, dapat menjadi landasan teoritis yang kuat bagi penelitian mendatang serta memberikan pandangan yang lebih kaya dalam pengambilan keputusan manajerial dan investasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini, manfaat praktis yang bisa di dapatkan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pengambilan Keputusan Manajerial
Menyediakan pandangan yang lebih jelas bagi manajer perusahaan dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan ukuran

perusahaan, strategi pertumbuhan, dan upaya meningkatkan profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan.

b. Strategi Bisnis

Memberikan wawasan strategis bagi perusahaan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi bisnis yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan faktor seperti ukuran, pertumbuhan, profitabilitas dan struktur modal.

c. Pengembangan Pasar

Membantu perusahaan dalam mengembangkan pasar baru atau meningkatkan pangsa pasar dengan memahami bagaimana faktor tertentu dapat memengaruhi nilai perusahaan.

d. Regulasi Perusahaan

Mendukung *compositions* pengambilan keputusan *controller* dalam merancang kebijakan yang lebih efektif untuk industri atau sektor tertentu.

2. Investor

Memberikan informasi berharga kepada para *financial* investasi dan pemegang saham untuk mengevaluasi kinerja perusahaan, serta membantu mereka dalam membuat keputusan investasi yang lebih terinformasi.

3. Peneliti Selanjutnya

Menyediakan dasar bagi penelitian lanjutan di bidang terkait, membantu pengembangan teori ekonomi dan keuangan yang lebih baik.