

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE DAN
PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA PERIODE
2020-2024**

Dela Romaisya¹, Selvi Yona Sari², Silvia Sari³

Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

Email: romaisyadela@gmail.com¹, selviyonasari@upiyptk.ac.id², silviasari@upiyptk.ac.id³

Abstrak – Tujuan dari penelitian untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, leverage, pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Objek penelitian yang dilakukan adalah di sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Metode pengumpulan sampel dengan menggunakan purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 30 perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang di peroleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode analisis dari penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan analisi jalur dengan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas, leverage berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas, pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas, ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan, profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

Abstract – The purpose of this study is to determine the effect of company size, leverage, and company growth on company value with profitability as an intervening variable. The object of this study is the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2020-2024. The sampling method used is purposive sampling, with a sample size of 30 companies. This study uses a quantitative approach with secondary data obtained from the annual financial reports of companies in the food and beverage sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The analysis method used in this study is multiple linear regression analysis and path analysis using SPSS version 26. The results of this study indicate that company size has a significant effect on profitability, leverage has a significant effect on profitability, company growth has a significant effect on profitability, company size has a significant effect on company value, leverage has a significant effect on company value, company growth has a non-significant effect on company value, profitability has a significant effect on company value, profitability is unable to mediate the effect of company size on company value, profitability is unable to mediate the effect of leverage on company value, and profitability is able to mediate the effect of company growth on company value.

Keywords: Company Size, Leverage, Company Growth, Company Value, Profitability.

PENDAHULUAN

P Globalisasi yang terjadi saat ini telah merubah aspek ekonomi, politik serta budaya. Aspek ekonomi yang cepat tumbuh membuat modal yang diperlukan lebih banyak dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu kategori sektor konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Barang konsumsi makanan dan minuman diprediksi akan membaik kondisinya. Hal ini terlihat semakin menjamurnya konsumsi makanan dan minuman dinegara ini khususnya semenjak memasuki krisis berkepanjangan. kondisi ini membuat persaingan semakin ketat sehingga para manajer perusahaan berlomba-lomba mencari investor untuk menginvestasikan dananya di perusahaan makanan dan minuman tersebut (Sulbahri et al., 2022)

Tabel 1 Nilai PBV Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2024

No	Kode	Tahun				
		2020	2021	2022	2023	2024
1	AALI	0,62	0,43	0,35	0,30	0,26
2	ADES	1,23	2,59	3,17	3,30	2,38
3	BISI	1,26	1,09	1,57	1,39	1,06
4	BUDI	0,34	0,58	0,70	0,79	0,63
5	CAMP	1,85	1,67	1,91	2,48	1,61
6	CEKA	0,84	0,81	0,76	0,67	0,65
7	CLEO	3,35	2,75	2,75	2,81	4,89
8	CPIN	4,58	3,88	3,52	3,26	2,58
9	CPRO	4,21	1,98	0,99	0,89	0,83
10	CSRA	1,35	1,31	1,21	0,87	1,14
11	DLTA	3,45	2,96	3,06	3,02	2,03
12	DSNG	1,04	0,75	0,78	0,66	1,02
13	GOOD	0,63	6,39	5,78	4,06	3,79
14	ICBP	2,22	1,85	2,03	1,99	1,98
15	INDF	0,76	0,64	0,63	0,56	0,62
16	JPFA	1,51	1,54	1,11	0,98	1,37
17	KEJU	1,23	0,81	0,81	0,69	1,64
18	LSIP	1,01	0,79	0,63	0,54	0,53
19	MLBI	14,26	14,95	17,57	15,27	11,70
20	MYOR	5,38	4,02	4,36	3,64	3,63
21	PSGO	1,85	2,86	1,63	1,12	1,46
22	ROTI	2,61	2,93	3,05	2,97	1,60
23	SIMP	0,36	0,36	0,31	0,27	0,24
24	SKLT	0,26	0,31	0,23	2,38	1,50
25	SMAR	0,95	0,87	0,74	0,60	0,53
26	SSMS	2,44	6,31	6,85	5,00	4,28
27	STTP	4,66	3,00	2,55	2,53	2,90
28	TBLA	0,84	0,65	0,54	0,51	0,44
29	TGKA	4,18	3,65	3,19	2,69	2,38
30	ULTJ	17,15	15,66	12,98	12,26	11,21
Rata-Rata		2,88	2,95	2,86	2,62	2,36

Source: www.idx.com ,data olahan 2025

Berdasarkan data PBV perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024 secara umum, rata-rata industri mengalami tren penurunan dari tahun ke tahun. Nilai rata-rata pada tahun 2020 sebesar 2,88, meningkat tipis pada tahun 2021 menjadi 2,95, kemudian menurun pada tahun 2022 menjadi 2,86, kembali

turun pada tahun 2023 sebesar 2,62, dan mencapai nilai terendah pada tahun 2024 yaitu 2,36. Penurunan rata-rata ini mengindikasikan adanya pelemahan penilaian pasar terhadap perusahaan sektor makanan dan minuman dalam beberapa tahun terakhir.

Dilihat secara individual, sebagian besar perusahaan menunjukkan pola fluktuatif, baik mengalami peningkatan maupun penurunan dari tahun ke tahun. Beberapa perusahaan seperti ADES, CLEO, GOOD, dan SSMS sempat mencatat nilai yang relatif tinggi pada tahun-tahun tertentu, namun kemudian mengalami penurunan pada tahun berikutnya. Kondisi ini mencerminkan bahwa kinerja perusahaan dan persepsi investor tidak bersifat stabil, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal. perusahaan dengan nilai rasio tinggi secara konsisten antara lain UL TJ dan MLBI, yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki daya tarik pasar yang kuat dan tingkat kepercayaan investor yang relatif tinggi dibandingkan perusahaan lain dalam sektor yang sama. Namun demikian, meskipun berada pada level tinggi, kedua perusahaan tersebut juga mengalami penurunan nilai pada tahun 2024, yang sejalan dengan tren penurunan rata-rata industri.

Sebaliknya, beberapa perusahaan seperti AALI, SIMP, LSIP, dan TBLA cenderung memiliki nilai rasio yang rendah dan relatif menurun selama periode pengamatan. Hal ini dapat mengindikasikan rendahnya ekspektasi pasar terhadap prospek pertumbuhan dan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan tersebut.

Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan sektor konsumsi selama periode 2020–2024 mengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa dinamika ekonomi makro, kondisi industri, serta kinerja keuangan perusahaan berperan penting dalam memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sangat penting karena, menurut Fajriah et al dalam (Anindia et al., 2025) tingginya nilai perusahaan turut andil dalam peningkatan kesejahteraan pemegang saham. Oleh karena itu, setiap orang yang memiliki bisnis ingin melihat perusahaan mereka dihargai tinggi. Investor memandang nilai perusahaan sebagai cerminan dari jumlah kesejahteraan pemegang saham yang telah dihasilkannya dan sebagai tanda potensi masa depannya. Banyak sekali faktor internal dan eksternal yang harus diperhatikan dan dikelola dengan baik untuk mencapai nilai bisnis yang optimal. Beberapa faktor seperti profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Clarinda et al dalam (Habsari & Susilo, 2024) nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV). Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen karena perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Rasio *Price to Book Value* (PBV) yang lebih tinggi dapat diartikan sebagai perusahaan yang lebih berhasil dalam menghasilkan nilai bagi pemegang.

Berdasarkan pendapat Hidayah et al dalam (Mahanani & Kartika, 2022) nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan yang kerap dihubungkan dengan harga saham. nilai perusahaan menjadi elemen yang sangat krusial yang harus lebih diperhatikan oleh manajemen perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan salah satu indikator untuk menilai keberhasilan serta keberlangsungan hidup suatu perusahaan di tahun-tahun mendatang.

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang diukur melalui nilai saham, penjualan, atau properti yang dimilikinya. Perusahaan besar dapat mengakses pasar modal. Sebagai akibatnya, dapat diartikan bahwa perusahaan besar mempunyai beberapa keluwesan dan mungkin lebih gampang untuk mengumpulkan uang. besar kecilnya sebuah perusahaan diyakini dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar suatu perusahaan, semakin gampang bagi Perusahaan dalam upaya menemukan sumber pendanaan, baik dari

dalam maupun luar (Freza & Amanda, 2022).

Selanjutnya variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *leverage*. *Leverage* adalah salah satu elemen yang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Rasio ini berperan sebagai alat penilaian terhadap perusahaan dalam menggunakan dana nya terkait dengan utang dalam bentuk harta perusahaan (Farhana et al., 2022).

Pertumbuhan perusahaan adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisi keuangannya di tengah pertumbuhan ekonomi dan industrinya. Pertumbuhan suatu perusahaan dianggap meningkat ketika perusahaan tersebut telah menunjukkan keberhasilan melalui keuntungan yang diperolehnya. Semakin banyak keuntungan dibuat, semakin banyak kepercayaan investor dalam berinvestasi (Maharesi & Listyorini, 2023).

METODOLOGI PENELITIAN

Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penyelidikan sistematis terhadap suatu fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi. Penelitian kuantitatif banyak digunakan dalam ilmu alam dan ilmu fisika.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah 94 perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2024. Purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel. sampel penelitian adalah 30 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2024.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan analisis jalur menggunakan SPSS versi 26.

Definisi operasional variabel

1. Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan pendapat Fahmi Irham dalam (Renaldo et al., 2021) menyatakan rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat perbandingan antara harga saham dan keuntungan yang diperoleh oleh pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dirumuskan dengan menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini dapat mengukur nilai yang diberikan oleh pasar keuangan kepada manajemen perusahaan. Jika nilai *Price to Book Value* semakin tinggi, maka perusahaan berhasil memberikan nilai perusahaan yang baik bagi pemegang saham. Rasio ini mengukur nilai yang diberikan oleh pasar uang kepada manajemen perusahaan yang terus mengalami kenaikan.

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar perusahaan}}{\text{Nilai buku per saham}}$$

2. Ukuran Perusahaan (X1)

Berdasarkan pendapat Brigham dan Houston dalam (Susesti & Wahyuningtyas, 2020) menjelaskan ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai rata-rata total penjualan bersih selama periode yang mencakup tahun yang bersangkutan hingga beberapa tahun sebelumnya. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan akan diukur melalui total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus yang digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$size = LN (Total Asset)$$

3. Leverage

leverage merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk menganalisis tingkat pembiayaan aset suatu perusahaan melalui hutang. Rasio *leverage* memberikan indikasi mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola hutang untuk menghasilkan keuntungan atau laba, serta kapasitasnya untuk melunasi utang tersebut (Ganesa, 2022).

Rumus untuk menghitungnya:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

4. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan kenaikan atau penurunan dari total aset yang terjadi pada perusahaan selama satu tahun. Pertumbuhan perusahaan pada penelitian ini diukur dengan pertumbuhan total aset (Irma & Teguh, 2024). Pertumbuhan perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus dibawah ini:

Rumus *Asset Growth*:

$$AG = \frac{\text{Total Asset}(t) - \text{Total Asset}(t - 1)}{\text{Total Asset}(t - 1)}$$

5. Profitabilitas

Menurut (S. I. Cahyani & Rahayu, 2022) profitabilitas merupakan rasio yang dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas yang tinggi akan mudah menarik investor untuk berinvestasi sehingga menyebabkan permintaan akan saham perusahaan meningkat. ROA dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROA \text{ (Return on Asset)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Hasil Dan Pembahasan

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan I

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	S
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.954	1.579		3.138	.002	
	lg10_X1	-.4153	1.071	-.304	-3.877	.000	
	lg10_X2	-.191	.056	-.266	-3.410	.001	
	lg10_X3	.497	.386	.095	1.287	.200	

a. Dependent Variable: lg10_Z

Sumber : Output SPSS 26 dan data sekunder (diolah), 2026

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat pada model estimasi yang terpilih, diperoleh persamaan model estimasi yang terpilih regresi berganda sebagai berikut:

$$Z = 4.954 - 4.153 X_1 - .191 X_2 + 0.497 X_3 + e$$

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.918	2.303		.833	.406
	lg10_X1	-.409	1.588	-.020	-3.877	.797
	lg10_X2	.279	.082	.254	3.410	.010
	lg10_X3	-.368	.549	-.046	1.287	.504
	lg10_Z	.944	.117	.619	3.877	.000

a. Dependent Variable: lg10_Y

Sumber : Output SPSS 26 dan data sekunder (diolah), 2026

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat pada model estimasi yang terpilih, diperoleh persamaan model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,918 - 0,409 X_1 + 0,279 X_2 - 0,368 X_3 + 0,944 Z + e$$

Hasil Uji t

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas.

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $-3,877 < 1,976$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, artinya ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Pengaruh Leverage terhadap Profitabilitas

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa *leverage* memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $-3,410 < 1,976$ dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, artinya *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas. Sehingga **H_0 ditolak dan H_2 diterima.**

3. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $1,287 < 1,976$ dengan nilai signifikan sebesar $0,200 > 0,05$, artinya pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Sehingga **H_0 diterima dan H_3 ditolak.**

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $-3,877 < 1,976$ dengan nilai signifikan sebesar $0,797 > 0,05$, artinya ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga **H_0 diterima dan H_4 ditolak.**

5. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa *leverage* memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $-3,410 < 1,976$ dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, artinya *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga **H_0 ditolak dan H_5 diterima.**

6. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $1,287 < 1,976$ dengan nilai signifikan sebesar $0,504 > 0,05$, artinya pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan,

Sehingga **H0 diterima dan H6 ditolak**.

7. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Dari tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa profitabilitas memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $-3,877 < 1,976$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, artinya profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan Sehingga **H0 ditolak dan H7 diterima**.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R-Square) Persamaan I

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.204	.25416
a. Predictors: (Constant), lg10_X3, lg10_X2, lg10_X1				
b. Dependent Variable: lg10_Z				

Sumber : Output SPSS 26 dan data sekunder (diolah), 2026

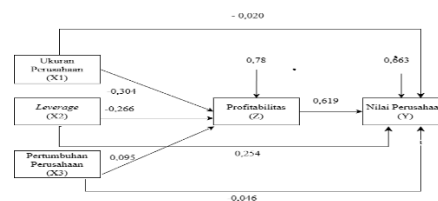
Berdasarkan pada tabel 4.diatas diperoleh adjusted R-Squared sebesar 0,204 atau 20,4%, artinya variable Z dikontrol atau dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan (X1), *leverage* (X2), pertumbuhan perusahaan (X3) sebanyak 20,4%, sementara 79,6% dipengaruhi oleh variable lain diluar variabel penelitian.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R-Square) Persamaan II

Model Summary ^b				
odel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.580 ^a	.337	.318	.35870
a. Predictors: (Constant), lg10_Z, lg10_X3, lg10_X2, lg10_X1				
b. Dependent Variable: lg10_Y				

Sumber : Output SPSS 26 dan data sekunder (diolah), 2026

Berdasarkan pada tabel 4.13 diatas diperoleh adjusted R-Squared sebesar 0,318 atau 3.18%, artinya variable Y dikontrol atau dipengaruhi oleh variabel ukuran perusahaan (X1), *leverage* (X2), pertumbuhan perusahaan (X3) dan profitabilitas (Z) sebanyak 3.18%, sementara 96,82 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.



Gambar 1 Diagram Jalur

a. Profitabilitas Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perbandingan koefisien pada uji jalur, diketahui bahwa pengaruh langsung ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki nilai sebesar $-0,020$. Sementara itu, pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas memiliki nilai sebesar $-0,188$. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Dengan demikian, hipotesis H1 dinyatakan tidak memediasi. H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

b. Profitabilitas Memediasi Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perbandingan koefisien pada uji jalur, diketahui bahwa pengaruh langsung *leverage* terhadap nilai perusahaan memiliki nilai sebesar 0,254. Sementara itu,

pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas memiliki nilai sebesar -0,164. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung. Dengan demikian, hipotesis H2 dinyatakan tidak memediasi. H0 diterima dan Ha ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

c. Profitabilitas Memediasi Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil perbandingan koefisien pada uji jalur, diketahui bahwa pengaruh langsung pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki nilai sebesar -0,046, sedangkan pengaruh tidak langsung melalui profitabilitas memiliki nilai sebesar 0,058. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis H3 dinyatakan memediasi. H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

1. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas

Berdasarkan hasil analisis uji t didapat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas. Penemuan ini menunjukkan bahwa besar atau kecilnya sebuah perusahaan memainkan peran penting dalam kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki total aset, kapasitas produksi yang lebih besar, serta pangsa pasar yang lebih luas, sehingga mereka dapat mengoptimalkan operasional dan meningkatkan efisiensi biaya. Hal ini pada akhirnya memberikan efek positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Riyana et al., 2024) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas. Serta didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tri & Rahmat, 2022) ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas.

2. Pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas

Berdasarkan hasil analisis uji t didapat bahwa *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa bentuk pendanaan perusahaan yang berasal dari utang memiliki peran penting dalam menentukan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Pengelolaan tingkat *leverage* yang baik dapat membantu perusahaan memperbesar kapasitas operasional dan meningkatkan peluang untuk meraih keuntungan, yang pada gilirannya mempengaruhi perubahan tingkat profitabilitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Branif & Yuliasuti, 2022) *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap Profitabilitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti & Rialistia, 2024) *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas.

3. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas

Berdasarkan hasil analisis uji t didapat bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, pertumbuhan perusahaan cenderung berpengaruh pada peningkatan profitabilitas, meskipun dampak tersebut belum cukup kuat secara statistik. Dengan kata lain, peningkatan dalam pertumbuhan perusahaan tidak selalu disertai dengan peningkatan laba yang berarti. Situasi ini bisa terjadi karena pertumbuhan yang dialami perusahaan lebih banyak berkaitan dengan ekspansi aset atau peningkatan penjualan yang belum sepenuhnya dapat menghasilkan efisiensi dan keuntungan yang maksimal.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Riyana et al., 2024) pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Sehingga sejalan dengan penelitian (Gufron et al., 2025) pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis uji t didapat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dari sudut pandang hubungan, ukuran suatu perusahaan cenderung memengaruhi nilai perusahaan, meskipun dampak ini belum cukup kuat secara statistik. Dengan kata lain, jumlah total aset atau besarnya perusahaan tidak secara langsung menentukan nilai pasar perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurwulandari et al., 2021) ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Arum et al., 2022) ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

5. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis uji t didapat bahwa *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengungkapkan bahwa komposisi pendanaan yang berasal dari utang memainkan peran krusial dalam membentuk cara pandang pasar terhadap nilai dari suatu perusahaan. Tingkat utang yang dimiliki oleh perusahaan dapat berpengaruh pada pilihan investor dalam mengevaluasi prospek, risiko, dan kinerja perusahaan secara menyeluruh, yang akhirnya langsung berimbas pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Liliy & Joannardi, 2022) *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Maharesi & Listyorini, 2023) *leverage* berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

6. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis uji t didapat bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal hubungan, pertumbuhan perusahaan cenderung berpengaruh terhadap nilai perusahaan, meskipun dampak tersebut belum cukup kuat secara statistik. Artinya, peningkatan pertumbuhan perusahaan tidak selalu direspon secara konsisten oleh pasar sebagai faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adelia & Tri, 2025) pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Yusuf & Mardani, 2022) pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

7. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis uji t didapat bahwa profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah faktor penting yang dipertimbangkan oleh investor saat menilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat laba yang diperoleh, semakin baik pula pandangan pasar mengenai kinerja dan masa depan perusahaan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (N. Cahyani et al., 2024) profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Tasliyah, 2022) Profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

8. Profitabilitas Memediasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan dari hasil analisis jalur didapat bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, baik besar maupun kecil, tidak secara langsung berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan melalui peningkatan keuntungan. Dengan kata lain, memiliki

aset yang banyak tidak selalu berarti perusahaan mampu menghasilkan laba yang cukup untuk meningkatkan penilaian investor terhadap nilainya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ilham et al., 2021) profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani & Khaerunnisa, 2024) profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

9. Profitabilitas Memediasi Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan dari hasil analisis jalur didapat bahwa profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat penggunaan utang perusahaan tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan profitabilitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Christian, 2022) profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bertha et al., 2022) profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

10. Profitabilitas Memediasi Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan dari hasil analisis jalur didapat bahwa profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa perkembangan suatu perusahaan tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri, melainkan melalui peningkatan kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yusuf & Mardani, 2022) profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Herni, 2021) profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas.
2. Leverage berpengaruh dan signifikan terhadap profitabilitas.
3. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.
4. Ukuran perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. Leverage berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6. Pertumbuhan perusahaan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
7. Profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
8. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
9. Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.
10. Profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, K., & Tri, Y. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Rasio Profitabilitas, Dan Rasio Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019 - 2023. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 14(2), 1–20.
- Anindia, Widiastuti Yeni, Wikan, I., Purwantoro, & Agung, P. (2025). Analisis Determinan Harga Saham : Peran Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. 5(2), 1–17.
- Arum, L., Gendro, W., & Ratih, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan

- Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Bank Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(3), 437–446. <https://doi.org/10.47476/Reslaj.V4i3.787>
- Astuti, E. P., & Rialistia, M. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Pada Pt Unilever Indonesia, Tbk Periode 2013-2023. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 714–726. <https://doi.org/10.61722/Jiem.V2i8.2377>
- Bertha, A., Dorkas, A., & Atahau, R. (2022). Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimediasi Profitabilitas. *Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.18196/Rabin.V6i1.12698>
- Branif, M. Dirda, & Yuliastuti, R. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas. *Jurnal L Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(11), 1–14.
- Cahyani, N., Faidah, F., & Rusdianto, H. (2024). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Perusahaan Infrastruktur Sub Sektor Konstruksi Berat Dan Teknik Sipil Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 201. *Financial & Accounting*, 4(1), 64–75.
- Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(1), 1–18.
- Christian, P. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Akuntansi Manajemen*, 19(April), 37–50.
- Farhana, N., Hidayat, Widjaja Sofyan, & Reny, Kaban Fitriana. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting*, 5(2), 174–185. <https://doi.org/10.32662/Gaj.V5i2.2165>
- Fitriani, N., & Khaerunnisa, E. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (Jrbmt)*, 8(1), 38–51. <https://doi.org/10.35448/Jrbmt.V8i1.25067>
- Freza, O., & Amanda, T. (2022). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(7), 1–16.
- Ganesa, Kurniadiantoyo Mas'ud. (2022). Pengaruh Struktur Modal , Leverage , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Retail Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(10), 1–15.
- Gufron, R., Ika, W., & Ida, S. (2025). Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Perusahaan Dan Struktur Aktiva Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Lq Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2022 Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme)*, 4(1), 1–15.
- Habsari, V. N., & Susilo, D. E. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2020-2022). *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 1833–1843. <https://doi.org/10.55681/Jige.V5i2.2844>
- Herni, P. (2021). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate Dan Konstruksi Bangunan Di Bursa Efek Indonesia. *Bisma*, 6(8), 1734–1745.
- Hidayat, I., & Tasliyah, M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 5(1), 94–120.
- Ilham, A., Nurmalia, H., Diah, A., & Mardi. (2021). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Industri Dasar Dan Kimia. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 16(2), 124–152.
- Irma, Riani Wahyu, & Teguh, Setyabudi Gunawan. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Leverage, Keputusan Investasi, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3), 1–20.
- Liliy, C., & Joannardi. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 1v(4), 1589–1599.

- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 360–372. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280>
- Maharesi, Aziz Hidayatul Nugrohojati Satrio, & Listyorini, Widati Wahyu. (2023). Pengaruh Leverage , Profitabilitas , Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Industri barang Konsumsi. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research.*, 7(1), 171–184. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v7i1.1031>
- Nurwulandari, A., Wibowo, Y., & Hasanudin. (2021). Effect Of Liquidity , Profitability , Firm Size On Firm Value With Capital Structure As Intervening Variable. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(2), 257–271.
- Renaldo, N., Sevendy, T., Putri, I. Y., & Yuni, Sitompul Shara. (2021). The Influence Of Roa, Der On Firm Size And Value Of Food And Beverage Companies Suyono1,. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(3), 308–317.
- Riyana, N., Kusumawardhani, R., & Rinofah, R. (2024). Pengaruh Struktur Modal , Ukuran Perusahaan , Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 1268–1285.
- Sulbahri, R. A., Effen, N., & Martino, A. (2022). Pengaruh Return On Assets, Return On Equity, Invesment Opportunity Set, Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Sub Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Tridinanti (Jurnal Ratri)*, 3(2), 61–71. <https://doi.org/10.52333/ratri.v3i2.913>
- Susesti, D. A., & Wahyuningtyas, E. T. (2020). Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Lq45 Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Accounting And Management Journal*, 6(1), 1–14.
- Tri, P., & Rahmat, Santoso Budi. (2022). Analisis Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 29(1), 91–101.
- Yusuf, M. A., & Mardani, R. M. (2022). Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020). *Riset Manajemen*, 11(4), 118–133.