

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan menjadi salah satu tujuan utama pembangunan ekonomi di Indonesia. Salah satu langkah yang dapat mendukung pencapaian tujuan tersebut adalah dengan investasi. Investasi merupakan penggerak utama pertumbuhan ekonomi, baik investasi dalam negeri maupun luar negeri. Keberadaan investasi berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperkuat daya saing daerah, mendorong perluasan kegiatan usaha di berbagai sektor ekonomi, serta berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan per kapita di Indonesia (Simangunsong & Barika, 2025). Dalam hal ini, perusahaan memainkan peran strategis dalam meningkatkan kinerja dan laba perusahaan, yang cenderung berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, sehingga memperkuat kepercayaan investor dan pemegang saham dalam berinvestasi dan secara tidak langsung mendukung pertumbuhan ekonomi.

Setiap perusahaan yang terbentuk memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan-tujuan ini meliputi memaksimalkan laba dan mencapai keuntungan, meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan dan pemegang saham, serta meningkatkan nilai perusahaan, yang tercermin dari harga sahamnya yang tinggi. Tujuan jangka panjang perusahaan adalah

mengoptimalkan nilai perusahaan melalui pengelolaan biaya modal yang minimum. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kesejahteraan yang didapatkan oleh pemilik perusahaan dan pemegang sahamnya (Anwar dkk., 2023).

Pandangan tentang nilai perusahaan menjadi salah satu faktor penting bagi calon investor sebelum menaruh modal mereka (Nur, 2021). Sebelum memutuskan untuk berinvestasi, investor melakukan analisis mendalam terhadap berbagai pertimbangan strategis untuk menghindari kesalahan dalam berinvestasi yang berisiko merugikan (Noriska dkk., 2024). Kondisi nilai perusahaan menunjukkan bagaimana pasar menilai performa dan potensi pertumbuhan ekonomi perusahaan di masa mendatang, menjadikannya acuan krusial bagi calon investor (Aprilawati & Ali, 2022). Kinerja nilai perusahaan yang tercatat di pasar modal umumnya direpresentasikan melalui pergerakan harga sahamnya, dengan peningkatan pada harga saham mencerminkan bertambahnya nilai perusahaan dan kesejahteraan para pemilik modal (Menge & Nuringsih, 2021). Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja dan pertumbuhan di masa depan yang baik. Adanya peluang investasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pasar, sehingga menciptakan sentimen positif yang mengarah pada peningkatan nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan menunjukkan bahwa pasar percaya perusahaan dapat bertahan di masa depan (Handayani & Rahyuda, 2025).

Perkembangan tersebut juga tidak terlepas dari karakteristik industri *food and beverage* yang termasuk dalam sektor *non-cyclical* dengan ketahanan ekonomi kuat serta memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional karena menghasilkan kebutuhan pokok yang terus dikonsumsi masyarakat, terlepas dari situasi ekonomi yang berlangsung. Sifat tersebut menjadikannya relatif tidak terlalu terpengaruh oleh fluktuasi siklus ekonomi, seperti inflasi maupun resesi (Azahra & Sulistyowati, 2025). Kondisi tersebut tercermin dari kontribusi sub sektor *food and beverage* yang cukup besar terhadap perekonomian, yaitu mencapai 40,17% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan 6,90% terhadap PDB nasional, dengan pertumbuhan positif sebesar 5,82%. Daya tarik sub sektor ini bagi investor juga tercermin dari realisasi investasi mencapai Rp30,23 triliun pada triwulan III 2024, sehingga menjadikannya sebagai tulang punggung ekonomi, berpotensi tumbuh berkelanjutan, serta saham-sahamnya menjadi incaran investor dibandingkan sub sektor lainnya (Fauzan, 2025).

Nilai perusahaan menunjukkan kondisi perusahaan yang dilihat oleh calon investor berdasarkan baik atau buruknya kinerja dan prospek perusahaan. *Price Book Value* (PBV) adalah salah satu pengukuran yang digunakan untuk menentukan nilai perusahaan dengan melakukan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham perusahaan (Anwar dkk., 2023). Menurut Sugiono & Untung (2016), perusahaan yang dikelola dengan baik umumnya diharapkan memiliki nilai PBV sebesar 1 atau lebih, yang menunjukkan bahwa harga saham berada di

atas nilai bukunya (*overvalued*). Sebaliknya, nilai PBV di bawah 1 menunjukkan bahwa harga pasar saham lebih rendah dibandingkan dengan nilai bukunya (*undervalued*). Adapun data rasio PBV pada sub sektor *food and beverage* selama periode 2021-2025 disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Ringkasan Rasio *Price to Book Value* (PBV) Tahun 2021-2025 pada Sub Sektor *Food and Beverage*

No.	Tahun	Ringkasan Rasio <i>Price to Book Value</i> (PBV)
1.	2021	1,90
2.	2022	1,73
3.	2023	1,58
4.	2024	1,55
5.	2025	1,70

Sumber: www.idx.co.id, diakses pada 24 April 2026

Tabel 1.1 menyajikan gambaran nilai perusahaan yang diproksikan melalui rasio *Price to Book Value* (PBV) pada sub sektor *food and beverage* selama periode 2021-2025. Data pada Tabel 1.1 menunjukkan adanya dinamika rasio PBV yang bervariasi sepanjang periode pengamatan. Terhitung dari angka 1,90 pada tahun 2021, nilai rasio tersebut menurun menjadi 1,73 di tahun berikutnya. Penurunan kembali terjadi pada tahun 2023 dengan nilai PBV sebesar 1,58 dan terus menurun hingga mencapai 1,55 pada tahun 2024. Namun, pada tahun 2025 nilai PBV kembali mengalami peningkatan menjadi 1,70. Secara umum, nilai PBV pada populasi selama periode 2021-2025 masih berada di atas 1. Namun, nilai tersebut menunjukkan tren penurunan secara bertahap sejak 2021 hingga 2024, kemudian kembali mengalami peningkatan pada 2025. Tren penurunan tersebut menunjukkan bahwa penilaian pasar terhadap nilai

perusahaan mengalami pelemahan dalam beberapa tahun terakhir, sehingga kondisi ini perlu menjadi perhatian bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kembali nilai perusahaan di mata investor.

Sejalan dengan kondisi tersebut, berdasarkan data *Trading Summary* Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2024, sub sektor *food and beverage* menempati peringkat kelima dari total 27 sub sektor setelah sub sektor *banks, basic materials, oil, gas & coal*, serta *utilities*. Sub sektor ini juga memiliki kapitalisasi pasar terbesar dalam sektor *consumer non-cyclical*, dengan kontribusi sebesar 695.619 miliar rupiah dari total kapitalisasi pasar sektor tersebut yang mencapai 1.038.640 miliar rupiah (*ytd*). Selain itu, berdasarkan data daftar *Top 50 Biggest Market Capitalization* pada tahun 2024 di BEI, terdapat lima perusahaan dari sub sektor *food and beverage* yang termasuk dalam kategori tersebut. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar lebih diminati oleh investor karena mencerminkan tingkat kestabilan serta prospek pertumbuhan yang relatif lebih baik (Sundari dkk., 2025). Nilai perusahaan dari lima perusahaan sub sektor *food and beverage* selama periode 2022-2024 dapat ditinjau melalui indikator *Price to Book Value* (PBV), sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 2 Nilai Perusahaan Sub Sektor *Food and Beverage* Tahun 2022-2024 dengan Proksi *Price to Book Value* (PBV)

No.	Kode Perusahaan	Nilai Perusahaan		
		2022	2023	2024
1.	ICBP	2,02	2,10	1,75
2.	CPIN	1,76	1,87	1,61
3.	INDF	0,56	0,54	0,53
4.	MYOR	2,22	1,98	1,77
5.	CMRY	2,60	2,48	2,33

Sumber: Data Diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 1.2, perkembangan nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) pada sub sektor *food and beverage* selama 2022-2024 menunjukkan pola yang cenderung menurun pada sebagian besar perusahaan. ICBP mencatat PBV sebesar 2,02 pada 2022, kemudian meningkat menjadi 2,10 pada 2023 sebelum turun menjadi 1,75 pada 2024. Pola yang serupa terlihat pada CPIN, dengan PBV yang naik dari 1,76 pada 2022 menjadi 1,87 pada 2023, kemudian mengalami penurunan menjadi 1,61 pada 2024. Berbeda dengan kedua perusahaan tersebut, MYOR mengalami penurunan secara berturut-turut, yaitu dari 2,22 pada 2022 menjadi 1,98 pada 2023 dan 1,77 pada 2024. Sementara itu, INDF menunjukkan kondisi yang berbeda karena nilai PBV selama periode pengamatan selalu berada di bawah 1. Nilainya tercatat sebesar 0,56 pada 2022, kemudian turun menjadi 0,54 pada 2023 dan 0,53 pada 2024. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa harga pasar saham INDF berada di bawah nilai bukunya atau dalam kondisi *undervalued*. Adapun CMRY juga memperlihatkan tren penurunan, dengan PBV sebesar 2,60 pada 2022 yang kemudian menjadi 2,48 pada 2023 dan kembali turun menjadi 2,33 pada 2024.

Harga saham yang mencerminkan nilai perusahaan juga mengalami kondisi yang fluktuatif, dengan beberapa perusahaan mengalami kenaikan harga saham, sementara perusahaan lainnya mengalami penurunan yang cukup signifikan. Beberapa perusahaan yang bergerak di bidang produksi air minum kemasan menunjukkan kecenderungan positif, di antaranya

adalah PT Akasha Wira International Tbk (ADES), PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO), dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), meskipun ada fluktuasi, persentase rumah tangga yang menggunakan air minum dalam kemasan terus mengalami peningkatan, terutama di daerah perkotaan. Hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran akan kebersihan dan kualitas air minum di kalangan masyarakat. Per 13 September 2024, saham ADES mencapai Rp10.000 setelah mengalami kenaikan sebesar 0,25% secara harian dan 3,36% secara *year-to-date* (YTD). Sementara itu, saham CLEO menguat 4,55% dibandingkan hari sebelumnya menjadi Rp1.190, dengan pertumbuhan YTD sebesar 78,17%. Berbeda dengan keduanya, saham MYOR mengalami penurunan sebesar 2,52% menjadi Rp2.740, meskipun secara YTD masih mencatatkan kenaikan sebesar 3,36% (Revo, 2025).

Akan tetapi, perkembangan positif tersebut belum mencerminkan kondisi seluruh perusahaan dalam sub sektor *food and beverage*. Salah satu contohnya adalah PT Indo Boga Sukses Tbk (IBOS), yang pada 15 Mei 2024 mengalami penurunan harga saham secara signifikan hingga perdagangan sahamnya dihentikan sementara oleh BEI. Perdagangan saham IBOS kemudian kembali dibuka pada 16 Mei 2024 setelah periode *cooling down* dinyatakan telah terpenuhi. Suspensi tersebut diberlakukan sebagai respons atas penurunan harga saham yang signifikan dalam waktu singkat. Saham IBOS tercatat mengalami penurunan tajam, yaitu pada tanggal 14 Mei 2024 harga saham turun 9,88% ke level Rp146, setelah sebelumnya

juga melemah 9,50% ke harga Rp162. Secara kumulatif, dalam kurun waktu satu pekan saham IBOS terdepresiasi hingga 26,26%, dan dalam satu bulan mengalami penurunan sebesar 81,16%, dengan nilai kapitalisasi pasar mencapai sekitar Rp1,18 triliun (Angriani, 2024).

Adanya kondisi fluktuatif tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya dalam menarik dan mempertahankan minat investor. Meskipun secara keseluruhan ringkasan nilai perusahaan yang diukur dengan proksi PBV pada sub sektor *food and beverage* menunjukkan bahwa harga saham di pasar lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya, beberapa perusahaan masih mengalami penurunan harga saham yang signifikan. Nilai perusahaan yang tercermin melalui PBV menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya sekaligus menggambarkan ekspektasi pertumbuhan di masa depan. Atas dasar fenomena tersebut, penelusuran mendalam terhadap berbagai faktor yang berpotensi menentukan arah pergerakan nilai perusahaan menjadi krusial untuk dilakukan.

Intellectual Capital (IC) merujuk pada sumber daya tidak berwujud berbasis pengetahuan yang merupakan aset strategis bagi perusahaan untuk meningkatkan inovasi dan keunggulan kompetitif yang sulit untuk ditiru oleh perusahaan lain (Sari & Gantino, 2023). Dalam model bisnis berbasis pengetahuan, perusahaan memanfaatkan *intellectual capital* sebagai *hidden value* yang menggerakkan kinerja perusahaan melalui inovasi, sistem informasi, teknologi, dan kualitas sumber daya manusia, dan tidak hanya

bergantung pada aset fisik (*tangible assets*) (Fitria & Syahrenny, 2024). Penguasaan ilmu pengetahuan oleh tenaga kerja menjadi faktor penting dalam mengembangkan profesionalisme dan konsep inovatif yang meningkatkan efisiensi perusahaan. Sehingga, mengoptimalkan *intellectual capital* menjadi dorongan kuat perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola *intellectual capital* secara optimal untuk mendukung pencapaian tujuan jangka panjang. Kondisi tersebut tidak hanya dapat meningkatkan ketertarikan investor, tetapi juga mencerminkan prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui kenaikan harga saham di pasar modal (Anwar dkk., 2023).

Pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan telah menjadi topik yang diteliti dalam beberapa penelitian terdahulu. Indriastuti dkk. (2024) menunjukkan bahwa tingkat *intellectual capital* yang tinggi dapat mendorong peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional, sehingga perusahaan berpeluang memperoleh laba yang lebih besar dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Suzan & Devi (2021) yang menjelaskan bahwa pengelolaan *intellectual capital* secara efektif dapat meningkatkan kualitas hasil kerja sekaligus menunjang kegiatan operasional perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan kesejahteraan bersama, yang kemudian berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya,

Hayat & Indawati (2024) memperoleh hasil yang berbeda, yaitu *intellectual capital* tidak menunjukkan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena perusahaan tidak mengakui atau menilai *intellectual capital* secara memadai dalam laporan keuangan karena kebijakan akuntansi yang berbeda atau kekhawatiran tentang ketidakpastian dalam penilaian.

Growth Opportunity menggambarkan peluang perusahaan untuk mengalami pertumbuhan di masa mendatang, yang dapat tercermin dari perubahan jumlah total aset sebagai indikator perkembangan perusahaan. Peningkatan aset secara positif menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang sedang mengalami pertumbuhan. Tingkat pertumbuhan ini menjadi tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam memantapkan posisi kompetitifnya di dalam sistem industri, sekaligus menentukan keputusan investor dalam melakukan investasi. Potensi pertumbuhan yang kuat meningkatkan ekspektasi pasar terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan tinggi di masa depan. Sehingga dapat mempengaruhi peningkatan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan (Ariyadni & Irawati, 2023; Zidane & Suwarti, 2022).

Penelitian yang membahas mengenai *growth opportunity* dengan meninjau perkembangan dalam total asetnya sudah pernah dilakukan sebelumnya. Studi oleh Sutihat (2024) menemukan bahwa *growth opportunity* yang tercermin dari perkembangan total aset perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan dapat meningkatkan persepsi positif

investor terhadap kinerja dan potensi perusahaan di masa depan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Zidane & Suwarti (2022) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan peluang pertumbuhan yang tinggi cenderung mendapatkan respons positif dari investor karena adanya ekspektasi terhadap peningkatan keuntungan perusahaan di masa depan. Namun, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian Halim, (2022) yang menunjukkan bahwa *growth opportunity* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan perusahaan umumnya diiringi dengan kebutuhan pendanaan yang lebih besar sehingga dapat meningkatkan rasio utang. Tingginya rasio utang tersebut berpotensi mendapat respons negatif dari investor, sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan.

Faktor terakhir yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan skala operasional serta kapasitas sumber daya yang dimiliki perusahaan, yang umumnya diukur melalui indikator seperti total aset (Ristiani & Sudarsi, 2022). Perusahaan dengan skala operasional dan kapasitas besar cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil, mudah memperoleh pendanaan baik internal maupun eksternal, serta memiliki pengawasan publik yang lebih ketat sehingga lebih berhati-hati dalam melaporkan kondisi keuangan untuk menjaga reputasi dan nilai perusahaan (Mahanani & Kartika, 2022; Rusyanto dkk., 2022). Selain itu, perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi dalam keputusan pendanaan, seperti

mengeluarkan saham baru untuk kebutuhan perusahaan, karena memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan (Hidayat & Khotimah, 2022). Skala perusahaan yang besar kerap mencerminkan kemajuan serta kinerja perusahaan yang solid, sehingga mampu menyampaikan sinyal positif kepada investor dan meningkatkan nilai perusahaan (Ristiani & Sudarsi, 2022).

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan telah diuji dalam penelitian terdahulu. Studi oleh Mahanani & Kartika (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan ukuran aset perusahaan dapat memperbesar peluang dalam meningkatkan nilai perusahaan, karena ukuran perusahaan mencerminkan kemampuan dan kapasitas perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Temuan yang sejalan dikemukakan oleh Wijaya & Fitriati (2022), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan jumlah aset yang besar cenderung dipandang memiliki kinerja yang lebih baik dan kondisi keuangan yang relatif stabil. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan investor karena perusahaan dinilai memiliki peluang memperoleh keuntungan yang lebih besar, sehingga pada akhirnya dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan. Sebaliknya, Yulianti dkk. (2022) memperoleh hasil yang berbeda, yaitu ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa skala

perusahaan bukan merupakan pertimbangan utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Besarnya aset yang dimiliki perusahaan tidak selalu mencerminkan tingginya nilai perusahaan, sebab peningkatan total aset juga dapat diikuti oleh meningkatnya kebutuhan pendanaan untuk menunjang aktivitas operasional.

Berdasarkan uraian tersebut, hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan masih menunjukkan adanya perbedaan. Sejumlah penelitian menyatakan bahwa variabel tertentu mampu mendorong peningkatan nilai perusahaan, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dalam hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut. Dalam penelitian ini, *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan menjadi variabel yang digunakan untuk menjadi pertimbangan dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan. Sub sektor *food and beverage* dipilih sebagai fokus penelitian ini karena karakteristiknya yang menarik bagi investor, yaitu tingkat permintaan yang konsisten dan relatif stabil terhadap kondisi ekonomi (Rahmadini dkk., 2025). Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Intellectual Capital*, *Growth Opportunity*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Intellectual Capital* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Growth Opportunity* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan, tujuan yang akan dicapai melalui penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Intellectual Capital* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Growth Opportunity* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menjadi rujukan penelitian dan referensi akademis pada bidang akuntansi keuangan, dalam mengembangkan model penelitian atau variabel terutama yang berfokus pada *Intellectual Capital*, *Growth Opportunity*, dan Ukuran Perusahaan dalam mempengaruhi nilai perusahaan.
- b. Memperkuat teori sinyal dengan menjelaskan bagaimana *intellectual capital*, *growth opportunity*, dan ukuran perusahaan berperan sebagai sinyal yang disampaikan perusahaan kepada investor dalam mempengaruhi nilai perusahaan.
- c. Berkontribusi dalam mengisi kesenjangan yang terdapat pada penelitian-penelitian terdahulu.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan manajemen perusahaan pengetahuan mengenai pentingnya *Intellectual Capital*, *Growth Opportunity*, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat menjadi acuan dalam menetapkan strategi keuangan dan kebijakan perusahaan.

- b. Bagi investor, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengevaluasi kinerja dan prospek perusahaan sebelum mengambil keputusan investasi.

