

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUAMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022

Kharisma Mutiara Kasih
Kharismamutiarakasih39@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Lusiana Tulhusnah
lusiana@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Lita Permata Sari
litapermatasari@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

Food and beverage companies are currently experiencing rapid development because they are one of the needs of society in general. The increasing expansion is expected to provide contributions to society and companies. The aim of this research is Profitability, Sales Growth and Company Size on Company Value with Capital Structure in food and beverage companies as an intervening variable. This research uses quantitative research methods. The population in this study are companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) with a sample of 9 companies. The sampling technique used in this research was purposive sampling. Data analysis and hypothesis testing in this research used the Structural-Partial Least Square Equation Model (PLS-SEM) method.

The results of hypothesis testing regarding the direct impact of using Smart PLS 3.0, show that Profitability is significantly negative on Capital Structure, Sales Growth is negative but not significant on Capital Structure, Company Size is significantly positive on Capital Structure, Profitability is positive not significant on Company Value, Sales Growth is positive but not significant to Company Value, Company Size is negative but not significant to Company Value, Capital Structure is Positive but not significant to Company Value. The results of the indirect influences hypothesis test show that the Profitability variable is negative but not significant on Capital Structure through Company Value, Sales Growth is negative but not significant on Capital Structure through Company Value, Company Size is positive but not significant on Capital Structure through Company Value.

Keywords: Profitability, Sales Growth, Company Size, Capital Structure, Company Value.

I. PENDAHULUAN

Berdasarkan suatu perusahaan memerlukan perencanaan terperinci untuk mencapai tujuan tertentu. Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk mencapai keuntungan yang menjamin kelangsungan perusahaan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan pengelolaan keuangan yang baik sehingga memungkinkan anda mengelola keuangan perusahaan secara efektif dan efisien.

Musthafa (2017:3) menjelaskan “Manajemen keuangan menggambarkan beberapa keputusan

perlu diambil, seperti keputusan pendanaan, keputusan investasi, dan keputusan dividen”. Dalam setiap perusahaan peran manajer keuangan biasanya berbeda. Tugas utama manajer adalah merencanakan dan menjajaki berbagai cara untuk membuat bisnis lebih efisien dan mudah digunakan.

Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan atau bisnis untuk menghasilkan keuntungan dari operasinya dalam jangka waktu tertentu. Rasio keuntungan terhadap aset dan risiko pengembalian

investasi adalah beberapa cara untuk menghitung profitabilitas. Menurut Sartono (2014:121) “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh pendapatan dari penjualan harta total kekayaan atau modal yang dimiliki dengan memanfaatkan *Return On Equity* (ROE) sebagai indikator profitabilitas, kinerja perusahaan akan terlihat bagus jika ROE-nya tinggi”.

Menurut Hanafi (2015:345) berpendapat bahwa “Pertumbuhan Penjualan adalah perhitungan total penjualan dari periode tahun ke periode berikutnya”. Perseroan ini sangat membutuhkan pertumbuhan penjualan karena itu akan meningkatkan pemasukan diperoleh melalui hasil penjualan produksi dipakai sebagai ukuran pasang surut pertumbuhan penjualan, dan sebagai bahan mengevaluasi keberhasilan investasi dari periode sebelumnya untuk memperkirakan pertumbuhan dimasa mendatang. Pertumbuhan penjualan yang lebih besar akan menghasilkan lebih banyak keuntungan bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan akan memiliki kemampuan untuk memperluas usahanya, yang akan meningkatkan nilai perusahaan dan membuat para investor semakin yakin untuk menanamkan modalnya pada perusahaannya.

Menurut Sawir (2015:101) “Ukuran perusahaan disebut-sebut sebagai penentu struktur keuangan”. Perusahaan kecil dan besar adalah kategori perusahaan sendiri. Karena pengaruhnya langsung terhadap nilai perusahaan, perusahaan besar biasanya menarik perhatian investor. Menurut Hery (2017:3) “Nilai suatu

perusahaan ialah kondisi di pencapaian hasil telah dicapai oleh perusahaan sejak saat pertama melalui beragam kegiatan selama beberapa tahun sebagai hasil dari tanda penilaian masyarakat terhadap perusahaan tersebut”. Menurut Fahmi (2015:184) “Struktur modal merujuk pada bagaimana perusahaan mendanai aktivitasnya, yakni hubungan antara modal yang digunakan dan diperoleh dari pinjaman jangka panjang dengan pemilik modal sendiri yang membentuk sumber dana perusahaan”. Ada dua cara untuk mendapatkan dana dari sumber asing melalui utang (*debt financing*). Hutang panjang adalah suatu pembiayaan dengan jangka waktu lebih dari satu tahun. Jumlah utang jangka panjang dibagi dengan total aset untuk menentukan besarnya aset suatu perusahaan yang dibayar oleh kreditur.

Penelitian ini adalah pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2022. Untuk penelitian ini, tahun 2019-2022 dipilih untuk mengetahui kondisi terbaru variabel independen dan dependen. Laporan keuangannya dan perusahaan yang dipilih *go public* dapat diakses kapan saja. Peneliti menemukan bahwa kesepakatan yang signifikan tentang bagaimana penelitian ini dapat berkembang. Sampai saat ini, terdapat 23 data laporan keuangan yang berturut-turut tentang perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Fenomena yang terjadi di objek penelitian ini merupakan profitabilitas yang terus meningkat memberikan keyakinan kepada

investor bahwa kinerja suatu perusahaan akan semakin membaik. Ketika kondisi keuangan perusahaan tidak aman, maka perseroan dapat melakukan evaluasi untuk memperbaiki keuangan perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dimasa depan. Contohnya mengutip pada www.idx.co.id bahwa laporan keuangan pada perusahaan CLEO laba bersih pada tahun 2019 Rp. 1.057.529.235.985. Kemudian pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar Rp. 1.076.877.514.450. Kemudian pada tahun 2021 Rp. 1.147.260.611.704. Dan terakhir tahun 2022 Rp. 1.219.805.785.259. Jadi membuktikan bahwa laporan keuangan perusahaan mengalami kenaikan atau memperoleh laba yang terus menerus bertambah.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2022”**.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan kegiatan keuangan yang dilakukan oleh suatu perusahaan termasuk mengumpulkan dana dan mengurangi biaya, serta mengelola keuangan perusahaan untuk Menurut Sartono (2015:6) berpendapat “Manajemen keuangan adalah suatu sistem manajemen alokasi dana secara efektif ke beragam macam investasi dan menyatukan upaya

untuk mendanai investasi dan belajar dengan efisien”.

Laporan Keuangan

Laporan keuangan memberikan data tentang kinerja dan posisi keuangan perusahaan. Berfungsi sebagai alat untuk memprediksi kondisi di masa depan dan membantu memahami kondisi perusahaan saat ini. Fahmi (2017:2) menjelaskan bahwa “Laporan Keuangan adalah penjelasan mengenai keadaan keuangan perusahaan dan dapat digunakan untuk menilai kinerja perusahaan pada saat ini”.

Profitabilitas

Rasio profitabilitas menunjukkan seberapa baik manajemen suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan. Rasio ini mengindikasikan apakah pemilik atau pemegang saham bisa mendapatkan tingkat keuntungan yang layak dari investasinya. Faktor terpenting dalam menjamin keberlangsungan suatu perusahaan adalah profitabilitasnya. Dengan memanfaatkan sumber daya ini, Perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Menurut Salim (2010:85) “Return on Asset (ROA) adalah jumlah laba bersih yang diperoleh oleh seorang perusahaan selama menjalankan bisnis”. Rumus perhitungan ROA ialah:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Keterangan :

Laba Bersih : Profit netto yang di dapat perusahaan dalam suatu periode sesudah dikurangi

Total : pajak.
 Aset : Penjualan dari aset yang mudah diubah menjadi uang, aset yang tetap, dan aset yang tidak berwujud.

Pertumbuhan Penjualan

Rasio pertumbuhan di masa lalu tidaklah selalu menjadi gambaran yang tepat untuk pertumbuhan dimasa depan. Bagaimanapun, tingkat pertumbuhan sebelumnya dapat memberikan informasi yang berharga untuk memprediksi tingkat pertumbuhan di masa mendatang. Menurut Kasmir (2017:107) “Rasio pertumbuhan adalah gambaran kapasitas perusahaan untuk mempertahankan posisi ekonomi ditengah pertumbuhan ekonomi dan juga sektor usahanya”. Rumus untuk menghitung pertumbuhan penjualan menurut Home dan Wochowicz (2017:21) sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{\text{Sales (t)} - \text{Sales (t-1)}}{\text{Sales (t-1)}}$$

Keterangan :

- Sales_t : Penjualan tahun ini
- Sales_{t-1} : Penjualan tahun lalu

Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2014:313) “Ukuran perusahaan ialah ukuran suatu perusahaan yang diukur dari besar kecilnya ekuitas, nilai perusahaan atau asetnya”. “Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva” (Aulia, *et. al.* 2022). “Semakin besar perusahaan akan semakin besar modal yang

dibutuhkan untuk kegiatan operasional” (Romadhani *et. al.*, 2024). Menurut Jogiyanto (2017:282) Ukuran perusahaan dapat diartikan menggunakan melogaritma menaturalkan total aset perusahaan, dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)=

$Ln \text{ total assets}$

Keterangan :

Ukuran : Besar kecilnya suatu perusahaan perusahaan..

(*Firm Size*)

$Ln \text{ Total Assets}$: Ukuran perusahaan dipakai dengan aset yang diukur sebagai logaritma total aset.

Nilai Perusahaan

“Nilai perusahaan sebagai nilai pasar karena dapat memberikan kekayaan maksimal kepada pemegang saham ketika harga saham meningkat” (Anggraini *et. al.* 2022). Menurut Brigham dan Houston (2018:145), *Price to Book Value* (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Nilai buku per lembar saham =

$$\frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah lembar saham yang beredar}}$$

Keterangan :

Harga pasar saham : Harga yang diterapkan oleh suatu perseroan atau emiten terhadap surat kepemilikan saham disebut perseroan.

Nilai buku : Nilai yang akan perlembar didapat pemilik saham apabila perusahaan tersebut harus dilikuiditas (dijual)

Total ekuitas : Total seluruh aktiva dibagi *passive*.

Jumlah lembar saham yang beredar : Total keseluruhan lembar saham yang beredar.

Struktur Modal

Menurut Sudana (2014:143), “struktur modal merujuk pada pembiayaan jangka panjang perusahaan, yang dihitung terhadap membandingkan hutang dalam waktu yang panjang dengan ekuitas”. Selanjutnya, Menurut Fahmi (2015:178) jenis rasio yang digunakan dalam struktur modal adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

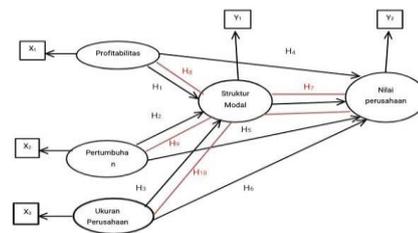
Keterangan :

Total utang : Komitmen keuangan organisasi terhadap berbagai pertemuan wajib dibayar ketika sudah sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Total Ekuitas : Hak kepemilikan terhadap asset Perusahaan dihitung dengan jumlah asset dikurangi dengan liabilitas (kewajiban).

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual suatu penelitian merupakan keterkaitan atau hubungan antara konsep masalah yang diteliti dengan konsep yang lainnya, Kerangka Konseptual atau teori ilmu yang mendasari penelitian. Penelitian ini menggunakan Profitabilitas (X_1), Pertumbuhan Penjualan (X_2), dan Ukuran Perusahaan (X_3) sebagai variabel bebas, Nilai Perusahaan (Y_1) sebagai variabel terikat, dan Struktur Modal sebagai variabel intervening (Y_2). Berikut ini merupakan kerangka konseptual penelitian:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

- H_1 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.
- H_2 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.
- H_3 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.
- H_4 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H_5 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H_6 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

- H₇ : Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H₈ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.
- H₉ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.
- H₁₀ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.

III. METODE PENELITIAN

Mardawani (2020:45) mengatakan bahwa “rencana penelitian penelitian merujuk pada gambaran/sketsa disusun oleh peneliti sebagai rencana penelitian (research plan)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif karena dalam penelitian ini menyajikan angka angka.

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini tidak dilakukan secara langsung, dan untuk mendapatkan data yang diperlukan, digunakan data sekunder. Laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan dalam industri makanan dan minuman dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id. kurang lebih selama tiga bulan yaitu pada bulan Mei sampai Juli 2024.

Populasi dan Sampel

Keseluruhan objek penelitian adalah populasi. Menurut Djaali (2020:40) “Populasi adalah sumber dari seluruh data yang ciri-cirinya

diselidiki dan dipelajari”. Penelitian ini melibatkan 23 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019-2022. Menurut Sugiyono (2017:81) “Sampel ialah sebagai bagian dari keseluruhan populasi yang mempunyai keunikan tertentu”. Seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022. Metode *purposive sampling* di gunakan untuk mengumpulkan sampel yang digunakan. Menurut Sugiyono (2017:85) “*Purposive sampling* dalam satu aspek merupakan teknik pengambilan sampel”. kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Perusahaan yang terdaftar di sub sektor makanan dan minuman tahun 2019-2022.
- Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang lengkap menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut selama tahun 2019-2022.
- Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang memiliki total aset lebih dari 1 miliar selama tahun 2019-2022.

Berdasarkan data di atas, ada 9 perusahaan yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel, yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di sektor industri barang konsumsi. Selama rentang waktu 4 tahun dari tahun 2019 hingga 2022. Total 36 data penelitian akan digunakan oleh perusahaan-perusahaan di industri makanan dan minuman.

Metode Analisis Data

Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model - Partial Least Square* (PLS-SEM).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Data yang digunakan berupa data tahunan selama 4 tahun yaitu tahun 2019-2022 dengan mengambil 9 perusahaan sebagai sampel. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Profitabilitas, Pertumbuhan penjualan dan Ukuran perusahaan. Struktur modal sebagai variabel intervening dan Nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam modal regresi. Berdasarkan tabel 1 dibawah, dapat dilihat bahwa tidak ada pelanggaran pada asumsi klasik “Multikolinieritas” karena nilai VIF (Varians Inflation Factor) $\leq 5,00$ (ditandai dengan angka berwarna hijau).

Tabel 1
Tabel Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

	X ₁ Profitabilitas	X ₂ Pertumbuhan Penjualan	X ₃ Ukuran Penjualan	Y ₁ Struktur Modal	Y ₂ Nilai Perusahaan
X ₁ Profitabilitas				1.080	1.351
X ₂ Pertumbuhan Penjualan				1.058	1.140
X ₃ Ukuran Perusahaan				1.086	1.582
Y ₁ Struktur Modal					1.651
Y ₂ Nilai Perusahaan					

Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mempengaruhi apakah masing-masing data penelitian tiap

variabel berdistribusi normal atau tidak, dalam arti distribusi dan tidak menjauhi nilai tengah (median) yang berakibat pada penyimpanan (*standart deviation*) yang tinggi. Dikatakan tidak melanggar asumsi normalitas apabila nilai *Excess Kurtosis* atau *Skewness* berada dalam rentang $-2,58 < CR < 2,58$.

Tabel 2
Tabel Uji Asumsi Klasik Normalitas

Variabel	Excess Kurtosis	Skewness	Keterangan
X ₁	-0.500	0.687	Normal
X ₂	-0.817	-0.719	Normal
X ₃	-0.196	0.903	Normal
Y ₁	-0.003	0.867	Normal
Y ₂	6.546	2.760	Tidak Normal

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen dalam model regresi.

Tabel 3
Uji Koefisien Determinasi

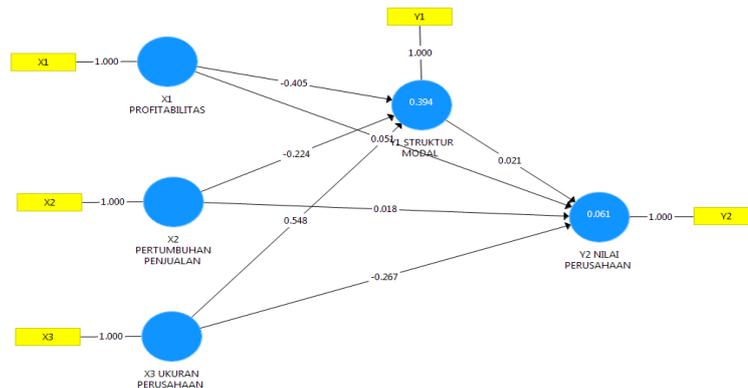
	R Square	R Square Adjusted
Y ₁ Struktur Modal	0.394	0.337
Y ₂ Nilai Perusahaan	0.061	-0.060

- a. Variabel Profitabilitas (X₁), Pertumbuhan Penjualan (X₂), dan Ukuran Perusahaan (X₃) mempengaruhi Struktur Modal (Y₁) sebesar 0,337 (33,7%), artinya memiliki pengaruh cukup berarti, sedangkan sisanya 66,3% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- b. Variabel Profitabilitas (X₁), Pertumbuhan Penjualan (X₂), dan Ukuran Perusahaan (X₃) mempengaruhi Nilai Perusahaan (Y₂) sebesar 0,060 (6,0%), artinya memiliki pengaruh rendah, sedangkan sisanya 94% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Analisis Persamaan Struktural (inner model)

Hasil analisis penelitian dengan menggunakan analisis Smart PLS

(*partial least square*) tersebut selanjutnya dibuat persamaan struktural sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS

Pembahasan Profitabilitas terhadap Struktur Modal

Hasil hipotesis pertama menyatakan bahwa Profitabilitas (X_1) berpengaruh signifikan negatif terhadap Struktur Modal (Y_1) dengan nilai *original sample* yaitu negatif (-0,405), nilai *T-Statistic* yaitu 3,999 ($>1,964$) dan nilai *P Value* yaitu sebesar **0,000** ($< 0,05$). Berdasarkan pengujian dapat disimpulkan **H_1 diterima**, artinya dari hasil uji yang dilakukan ini adalah perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi akan memberikan efek pada perolehan dana yang tinggi. Hal ini dapat menjadikan kinerja perusahaan akan semakin meningkat. Sebaliknya jika profitabilitas yang rendah pada sebuah perusahaan akan cenderung banyak menggunakan biaya hutang. Profitabilitas yang sangat tinggi pada perusahaan dapat menyebabkan penggunaan biaya modal semakin efisien yang berdampak baik bagi

investor. Dengan kondisi perusahaan yang sangat baik investor akan memilih perusahaan tersebut karena dapat memperoleh keuntungan yang besar dengan menggunakan modal sendiri. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Rivandi dan Novriani (2021) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Struktur modal.

Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal

Hasil uji kedua dengan mengacu pada nilai *original sample* yaitu negatif (-0,224), nilai *T-Statistic* yaitu 1,498 ($> 1,964$), dan nilai *P Value* yaitu **0,135** ($> 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (X_2) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur Modal (Y_1), dengan demikian **Hipotesis 2 ditolak**. Hal ini dikarenakan penjualan yang cenderung tidak ditunjang dengan peningkatan efisien

modal perusahaan, sehingga mengakibatkan adanya biaya operasionalnya yang terlalu tinggi bagi perusahaan. Dimana perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang meningkat tiap tahunnya dikarenakan perputaran pendapatan yang tinggi. Dalam hal ini mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menggunakan dana internal untuk kegiatan operasional perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Nurhayadi dan sulistiana (2021) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.

Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal

Hasil uji hipotesis ketiga mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,548), nilai *T-Statistic* yaitu 4,841 ($> 1,964$) dan nilai *P Value* yaitu **0,000** ($< 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Struktur Modal (Y_1), dengan demikian **Hipotesis ke 3 diterima**. Artinya dari hasil uji yang dilakukan ini adalah perusahaan yang lebih besar akan lebih mudah memperoleh pinjaman dibandingkan perusahaan kecil. Memungkinkan untuk perusahaan besar, tingkat *levaragenya* akan lebih besar dari perusahaan yang berukuran kecil. Perusahaan kecil akan cenderung menyukai hutang jangka pendek dibanding hutang jangka panjang karena biayanya lebih rendah. Demikian pula perusahaan besar akan cenderung memiliki sumber pendanaan yang kuat. Ukuran

perusahaan yang besar akan lebih memberikan keuntungan yang besar kepada investor dalam menanamkan modalnya diperusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Timbangnusa, Tulung, dan Untu (2023) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis keempat mengacu pada *original sample* yaitu positif (0,051), nilai *T-Statistic* yaitu 0,379 ($< 1,964$) dan nilai *P Value* yaitu **0,705** ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 4 ditolak**. Menjelaskan bahwa semakin menurunnya Profitabilitas suatu perusahaan maka akan menurun pula nilai perusahaannya karena dengan menurunnya profitabilitas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan menurun dan dapat diperkirakan bahwa prospek kedepannya perusahaan buruk sehingga mampu tidak menyakinkan investor dan menurunnya harga saham perusahaan yang mana akan menurun mencerminkannya pula nilai perusahaannya. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Ndruru dan Silaban (2020) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis kelima mengacu pada nilai *original sample*

yaitu positif (0,018), nilai *T-Statistic* yaitu 0,090 ($< 1,964$), dan nilai *P Value* yaitu **0,918** ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (X_2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 5 ditolak**. Tidak adanya pengaruh tersebut menunjukkan bahwa apabila pertumbuhan perusahaan meningkat maka nilai perusahaan tidak akan mengalami peningkatan. Hal tersebut terjadi karena jika pertumbuhan perusahaan tinggi maka dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasional perusahaan juga tinggi. Saat perusahaan fokus pada pertumbuhan perusahaan maka perusahaan akan menggunakan seluruh dananya untuk membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut dan tidak memperhatikan kesejahteraan pemegang sahamnya. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Fajriah dan Idris (2022) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis keenam mengacu pada *original sample* yaitu negatif (-0,267), nilai *T-Statistic* yaitu 1,792 ($< 1,964$) dan nilai *P Value* yaitu **0,074** ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (X_1) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 6 ditolak**. Menunjukkan bahwa ukuran perusahaan terlalu besar dianggap akan menyebabkan kurangnya efisiensi pengawasan kegiatan

operasionalnya dan strategis oleh jajaran manajemen, sehingga dapat mengurangi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan perbengaruh negatif terhadap nilai perusahaan juga dapat disebabkan oleh investor yang menganggap bahwa perusahaan yang memiliki total aset besar cenderung menetapkan laba ditahan lebih besar dibandingkan dengan dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Hasanah *et. al.* (2023) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis ketujuh mengacu pada *original sample* yaitu positif (0,021), nilai *T-Statistic* yaitu 0,112 ($< 1,964$), dan nilai *P Value* yaitu **0,911** ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa Struktur Modal (Y_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 7 ditolak**. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena nilai rendah menjadikan sinyal yang negatif bagi pasar dan calon investor. Hal ini karena sumber pendanaan eksternal yang berasal dari utang tidak dapat dikelola dengan baik dan nilai perusahaan akan menurun dan menyebabkan calon investor beranggapan bahwa entitas dalam prospek kedepan akan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Oktawianti dan Nurhayadi (2020) yang menyatakan bahwa Struktur

modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui Struktur Modal

Hasil uji hipotesis kedelapan mengacu pada *original sample* yaitu negatif (-0,009), nilai *T-Statistic* yaitu 0,114 (< 1,964) dan nilai *P Value* yaitu **0,910** (> 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas (X_1) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur Modal (Y_1) melalui Nilai Perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 8 ditolak**. Struktur modal tidak dapat memediasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Keputusan investor untuk membeli saham tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya struktur modal, mereka lebih melihat pada kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Rivandi dan Novriani (2021) dan Oktawianti dan Nurhayadi (2020) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.

Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan melalui Struktur Modal

Hasil uji hipotesis kesembilan mengacu pada nilai *original sample* yaitu negatif (-0,005), nilai *T-Statistic* yaitu 0,095 (< 1,964) dan nilai *P Value* yaitu **0,924** (> 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan (X_2) berpengaruh terhadap Struktur Modal (Y_1) melalui Nilai Perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke**

9 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Fajriah (2022) dan sejalan dengan hasil penelitian diatas bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan. Setelah dimediasi dengan variabel struktur modal juga hasilnya tetap tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Nurhayadi dan Sulistiana (2021) dan Oktawianti dan Nurhayadi (2020) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.

Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui Struktur Modal

Hasil uji hipotesis kesepuluh mengacu pada nilai *original sample* yaitu positif (0,012) nilai *T-Statistic* yaitu 0,103 (< 1,964) dan nilai *P Value* yaitu **0,918** (> 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan (X_3) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Struktur Modal (Y_1) melalui Nilai Perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 10 ditolak**. Hasil analisis ini memberikan gambaran bahwa ukuran perusahaan yang digunakan sebagai basis struktur modal tidak mampu memberikan dampak yang lebih baik pada pencapaian nilai perusahaan, dibandingkan dengan dampak langsung pada nilai perusahaan. Temuan ini mengarah bahwa peningkatan ukuran perusahaan dapat memberikan pengaruh nyata bagi peningkatan nilai perusahaan, namun struktur modal tidak mampu memediasi pengaruh antara ukuran

perusahaan dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu oleh Lilia dan Hartanto (2020) dan Oktawianti dan Nurhayadi (2020) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Profitabilitas (X_1) berpengaruh negatif signifikan terhadap Struktur Modal (H_1 diterima).
2. Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur modal (H_2 ditolak);
3. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Struktur modal (H_3 diterima);
4. Profitabilitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_4 ditolak);
5. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_5 ditolak);
6. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_6 ditolak);
7. Struktur modal berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_7 ditolak);
8. Profitabilitas berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan

melalui Struktur modal (H_8 ditolak);

9. Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal (H_9 ditolak);
10. Ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal (H_{10} ditolak);

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan, maka dapat diberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran akan dituliskan sebagai berikut:

Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan diharapkan:

- a. Meningkatkan Struktur modal dengan cara menganalisis Pertumbuhan Penjualan .
- b. Meningkatkan Nilai Perusahaan dengan cara menganalisis Profitabilitas.
- c. Meningkatkan Nilai Perusahaan dengan cara menganalisis Pertumbuhan Penjualan.
- d. Meningkatkan Nilai Perusahaan dengan cara menganalisis Ukuran Perusahaan.
- e. Meningkatkan Nilai Perusahaan dengan cara menganalisis Struktur Modal.

Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa untuk melakukan kajian teoritis dimana yang akan datang, serta memperluas wawasan pemikiran bagi mahasiswa akademis.

Bagi Peneliti

Sebagai syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) dan menambah ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan serta wawasan agar dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan semua orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L, Wiryaningtyas, D. P & Pramitasari. T. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pertumbuhan Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2020. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS Vol 1 (7) : 1361-1375.
<https://doi.org/10.36841/jme.v1i7.2190>
- Aulia, R. N, Wahyuni, I & Subaida, I. (2022). PENGARUH UKURAN Perusahaan Terhadap Harga Saham Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Perbankan Syariah Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2020. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS. Vol 1 (8): 1645-1661.
<https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2210>
- Brigham dan Houston. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi dan Ekadjaja. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*. Vol 2 (1) : 118-126
<https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7139>
- Djaali. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Fahmi, I. 2015. *Analisis Laporan Keuangan ke -5*. Bandung Alfabeta.
- _____. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung Alfabeta.
- Fajriah, Idris dan Nadhiroh. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 7 (1): 2528-1208.
<https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Hasanah, U, Sari, L. P dan Subaida, I. (2023). Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Tahun 2018-2023. *Jurnal Mahasiswa*

- Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS. Vol 2 (3) : 441-457.
<https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3166>
- Hanafi, M. M. 2015. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Hery. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- Home, JC dan Warchiwiez. 2017. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta Salemba Empat.
- Jogiyanto, H. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Invenstasi*, Edisi Revisi. CV. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Musthafa. 2017. *Manajemen keuangan* . Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ndruru dan Silaban. (2020). Pengaruh Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur. *Jurnal MEA*. Vol 4 (3): 390-404
<https://doi.org/10.31955/mea.v4i3.403>
- Nurhayadi dan Sulistiana. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Risiko Bisnis terhadap Struktur Modal. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*. Vol 16 (1): 97-117
<http://dx.doi.org/10.35448/jte.v16i1.9897>
- Oktiwiati dan Nurhayati. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Farmasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 10 (2): 196-209
<http://dx.doi.org/10.22441/mix.2020.v10i2.004>
- Rivandi dan Novriani. (2021). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Pundi*. Vol 5 (1): 139-151
<https://doi.org/10.31575/jp.v5i1.315>
- Riyanto, B . 2014. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, ED. 4, Yogyakarta: BPFE.
- Romadhani, R. S, Subaida, I & Sari, L. P. (2024). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Tax Avoidance Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2019-2023. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS. Vol 3 (6): 1176 – 1190.
<https://doi.org/10.36841/jme.v3i6.5045>
- Sartono, A. 2014. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4, Yogyakarta: BPFE.
- _____. 2015. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4, Yogyakarta: BPFE.

- Salim, J. 2010. *Cara Gampang Bermain Saham*. Jakarta: Visimedia.
- Sawir, A. 2015, *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudana, I. M. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Timbangnusa, Tulung dan Untu. 2023. Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal tahun 2016 – 2020 pada sektor Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*. Vol 11 (1): 910-919
<https://doi.org/10.35794/emb.a.v11i1.46862>