Mariyatul Qibtiyah

Jurnal Mariya.pdf

Jurnal

SKRIPSI 2026

Universitas Abdurachman Saleh

Document Details

Submission ID
trn:oid:::1:3591960013

Submission Date
Jun 11, 2026, 4:59 AM UTC

Download Date
Jun 11, 2026, 2:10 PM UTC

File Name
Jurnal_Mariya.pdf

File Size
769.6 KB

17 Pages

10,181 Words

68,672 Characters

25% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 10 words)

Exclusions

- 45 Excluded Matches

Top Sources

18% Internet sources
18% Publications
17% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

18% Internet sources
18% Publications
17% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
repository.unars.ac.id		2%
2	Student papers	
unars		2%
3	Student papers	
UPN Veteran Yogyakarta		2%
4	Internet	
ipm2kpe.or.id		<1%
5	Student papers	
Universitas Negeri Surabaya		<1%
6	Student papers	
Universitas Riau		<1%
7	Internet	
jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id		<1%
8	Internet	
etheses.uin-malang.ac.id		<1%
9	Publication	
Christina Dewi Wulandari, Tri Damayanti. "PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKUR...		<1%
10	Internet	
eprints.walisongo.ac.id		<1%
11	Student papers	
Universitas Hayam Wuruk Perbanas		<1%

12 Internet
journal.adlermanurungpress.com <1%

13 Student papers
Sultan Agung Islamic University <1%

14 Student papers
Universitas Sangga Buana YPKP <1%

15 Publication
Nita Riyana, Ratih Kusumawardhani, Risal Rinofah. "Pengaruh Struktur Modal, U... <1%

16 Student papers
Universitas Negeri Padang <1%

17 Internet
jurnalamanah.com <1%

18 Internet
repository.undha.ac.id <1%

19 Internet
eprints.unpak.ac.id <1%

20 Internet
ejurnal.kampusakademik.co.id <1%

21 Publication
Raisha Salsabila, Himmatul Khairi. "Pengaruh Earning Per Share, Net Profit Margi... <1%

22 Publication
Reinka Ayu Imania Al Fatihah, Achmad Badjuri. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh... <1%

23 Internet
eprints.perbanas.ac.id <1%

24 Internet
journalkeberlanjutan.com <1%

25 Internet
unars.ac.id <1%

26 Student papers
Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II <1%

27 Internet
indojurnal.com <1%

28 Publication
Adinda Putri, Iskandar Zulkarnain. "Pengaruh Likuditas, Profitabilitas, dan Levera... <1%

29 Publication
Erlina Devinta, Sri Laksmi Pardanawati, Indra Lila Kusuma. "Pengaruh Return on ... <1%

30 Internet
www.researchgate.net <1%

31 Publication
Cindy Febly Kisse Naipospos, Thomas Sumarsan Goh, Tiur Rajagukguk. "Pengaru... <1%

32 Student papers
Submitted on 1688358337291 <1%

33 Student papers
Abdullah Gul University <1%

34 Student papers
Universitas Islam Negeri Raden Fatah <1%

35 Student papers
IAIN Kediri <1%

36 Internet
eprints.unimudasorong.ac.id <1%

37 Internet
openjournal.unpam.ac.id <1%

38 Internet
eprints.unisbank.ac.id <1%

39 Internet
repository.ub.ac.id <1%

40 Publication

Anggriyani Sianturi, Robinhot Gultom, Saur Melianna Sipayung. "Peran Risiko Ke... <1%

41 Student papers

IAIN Purwokerto <1%

42 Publication

Melinda Risqi Setya Putri, Sri Hermuningsih, Gendro Wiyono. "Pengaruh Profitabi... <1%

43 Publication

Yanto Nius Gulo, Arip Budi Setiawan. "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terh... <1%

44 Publication

Yulia Rahmadani, Usdeldi Usdeldi. "Pengaruh Solvabilitas, Likuiditas, dan Ukuran ... <1%

45 Internet

repository.upi.edu <1%

46 Publication

Agung Pratama, Mukhzarudfa Mukhzarudfa, Yudi Yudi. "PENGARUH STRUKTUR K... <1%

47 Publication

Asma'ul Husna, Hety Budiyanti, Nurman Nurman, Romansyah Sahabuddin, Abdul... <1%

48 Publication

Christine Evangeline Patricia, Kayla Sondra Verinka, Elizabeth Tiur Manurung. "Pe... <1%

49 Publication

Erwin Mandala Putra. "Model Peningkatan Customer Satisfaction melalui Product... <1%

50 Publication

Fairuz Zahra Maharani Hidajat, Ngurah Pandji Mertha Agung Durya, Entot Suhart... <1%

51 Publication

Julia Amanda, Jeudi A.T.P Sianturi, Merry Anna Napitupulu. "Pengaruh Ukuran Pe... <1%

52 Publication

Ni Made Indah Purwitasari, Ni Putu Yuria Mendra, Desak Ayu Sriary Bhegawati. "... <1%

53 Student papers

St. Ursula Academy High School <1%

54 Publication
Willi Melkisedekh Marpaung, Jeudi A.T.P Sianturi, Saur Meliana Sipayung. "Penga... <1%

55 Publication
Arliza Amelia, Abdul Kadir, Saifhul Anuar Syahdan, Soelistijono Boedi. "Pengaruh ... <1%

56 Publication
Hanung Firdianto, Bambang Sudiyatno. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap N... <1%

57 Publication
Melanie Pakpahan, Anton A.P Sinaga, Duma Megaria Elizabeth. "Pengaruh Likuidi... <1%

58 Publication
Muhamad Al Ikhsan, Solikah Nurwati, Rita Sarlawa. "Analysis of Profitability, Divi... <1%

59 Publication
Salma Usnaini Amri, Gina Havieza Elmizan. "Pengaruh Agresivitas Pajak terhadap... <1%

60 Student papers
Universitas Islam Indonesia <1%

61 Internet
asas-ins.com <1%

62 Internet
ejournal.undiksha.ac.id <1%

63 Internet
jems.ink <1%

64 Internet
lisna.staff.gunadarma.ac.id <1%

65 Publication
Arshella Amanda Putrie Prastarie, Indra Lila Kusuma, Sri Laksmi Pardanawati. "P... <1%

66 Publication
Reski Ayu, M. Ikhwan Maulana Haeruddin, Anwar Anwar, Nurman Nurman, Annis... <1%

67 Student papers
Universitas Muhammadiyah Makassar <1%

68 Student papers
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya <1%

69 Internet
dadangiskandar2014.wordpress.com <1%

70 Internet
nurdinurbayani.blogspot.com <1%

71 Internet
repository.upstegal.ac.id <1%

72 Internet
www.growingscience.com <1%

73 Internet
www.jurnal.ubs-usg.ac.id <1%

74 Internet
123dok.com <1%

75 Publication
Anthony Holly. "DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA", SI... <1%

76 Publication
Dahnia Suryana, Aliah Pratiwi, Wulandari Wulandari. "Pengaruh Struktur Modal ... <1%

77 Publication
Mussidah Mussidah, Anggun Anggraini. "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuha... <1%

78 Publication
Naini Rizka Amalia. "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Wilmar... <1%

79 Publication
Siti Umi Kulsum, Indri Kharisma. "Pengaruh Total Aset dan Beban Operasional Te... <1%

80 Student papers
Universitas Raharja <1%

81 Publication
Usha Bevania, Dimita H.P. Purba, Tiur Rajagukguk. "Pengaruh Leverage, Pertumb... <1%

82 Internet

core.ac.uk <1%

83 Internet

dspace.uii.ac.id <1%

84 Internet

journal-center.litpam.com <1%

85 Internet

repositori.usu.ac.id <1%

86 Internet

repository.unilak.ac.id <1%

87 Internet

repository.unissula.ac.id <1%

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNARS Situbondo

Contents lists available at: Google Schoolar

Jurnal Mahasiswa Entreprenur

Jurnal Homepage : Jurnal Mahasiswa Entrepreneur

PENGARUH *DEBT TO ASSET RATIO*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2022-2024

Mariyatul Qibtiyah[1], Lita Permata Sari[2], Febri Ariyantiningsih[3]

[1]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Email : mariyaqibtiyah09@gmail.com
[2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Email : litapermatasari@unars.ac.id
[3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Email : febriariyanti@unars.ac.id

*Corresponding Author : Mariyatul Qibtiyah
*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Email : mariyaqibtiyah09@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History :
Receive :
April 20, 2026
Accepted :
April 20, 2026
Available Online :
April 20, 2026

Keywords: *Risk Perception, Service Quality, Digital Marketing, Purchasing Decisions, Consumer Trust.*

Copyright © 2026 by Author. Published by Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

A B S T R A C T

This study aims to examine the effects of the Debt to Asset Ratio (DAR), firm size, and sales growth on firm value, with profitability serving as an intervening variable. The research was conducted on food and beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2022–2024 period. The study employed the Partial Least Squares (PLS) method using SmartPLS 3.0 software. The analysis included classical assumption tests, such as normality and multicollinearity tests, coefficient of determination analysis, structural model (inner model) evaluation, and hypothesis testing. The findings indicate that the Debt to Asset Ratio has a negative and significant effect on profitability. Meanwhile, firm size and sales growth have negative but insignificant effects on profitability. Regarding firm value, the Debt to Asset Ratio has a negative but insignificant effect, whereas firm size has a positive but insignificant effect. In contrast, sales growth has a positive and significant effect on firm value, and profitability also exerts a positive and significant influence on firm value. Furthermore, the indirect effect analysis reveals that the Debt to Asset Ratio and firm size have negative but insignificant effects on firm value through profitability. Similarly, sales growth has a positive but insignificant indirect effect on firm value through profitability as an intervening variable.

I. PENDAHULUAN

Perusahaan perlu menjaga pertumbuhan usaha serta meningkatkan kinerja keuangannya agar kegiatan operasional dapat berlangsung secara berkelanjutan dan menghasilkan keuntungan pada masa mendatang. Dalam kondisi tersebut, nilai perusahaan menjadi aspek yang penting bagi investor untuk menilai keberhasilan manajemen dalam memanfaatkan dan mengelola seluruh sumber daya perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba secara konsisten serta prospek usaha di masa depan. Dengan demikian, upaya meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama yang perlu dicapai melalui pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien.

Pada sektor manufaktur, khususnya sub sektor makanan dan minuman, nilai perusahaan menjadi aspek yang sangat penting karena industri tersebut berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Walaupun permintaan terhadap produk makanan dan minuman cenderung stabil, sektor ini tetap dipengaruhi oleh fluktuasi harga bahan baku, kondisi perekonomian, daya beli masyarakat, serta perubahan preferensi konsumen. Keadaan tersebut menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik agar kinerja perusahaan tetap terjaga dan nilai perusahaan dapat meningkat di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.

Informasi mengenai kondisi dan kinerja keuangan perusahaan dapat diperoleh melalui laporan keuangan yang disusun dan dipublikasikan secara

Copyright © 2026 by Author. Published by Universitas Abdurachman Saleh Situbondo
Contents lists available at: Google Schoolar

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

berkala. Laporan keuangan berperan sebagai sarana informasi yang penting bagi investor maupun pihak-pihak berkepentingan lainnya dalam mengevaluasi keadaan keuangan serta kemampuan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya. Data yang tersaji dalam laporan keuangan memungkinkan pengguna informasi untuk menilai sumber pendanaan perusahaan, ukuran perusahaan, tingkat pertumbuhan penjualan, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada periode tertentu. Oleh karena itu, laporan keuangan menjadi dasar yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan ekonomi maupun investasi.

Penelitian ini turut didasarkan pada *Signaling Theory* atau Teori Sinyal. Menurut Imam Ghozali (2020:166, dalam Djaya & Firdausy, 2023), teori tersebut menjelaskan bahwa manajemen perusahaan memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi dan prospek perusahaan dibandingkan pihak eksternal. Oleh karena itu, manajemen menyampaikan sinyal kepada investor melalui kebijakan yang diambil maupun informasi yang diungkapkan dalam laporan keuangan. Penyampaian sinyal ini bertujuan untuk mengurangi asimetri informasi antara pihak internal perusahaan dan investor atau pemangku kepentingan lainnya. Dalam penelitian ini, keputusan pendanaan, pertumbuhan penjualan, serta prospek perusahaan di masa mendatang dipandang sebagai sinyal yang dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, sehingga pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan.

Gambaran mengenai hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan dapat diamati pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Salah satu perusahaan yang menunjukkan kondisi tersebut adalah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Selama periode 2022–2024, perusahaan ini mencatat tren peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, pendapatan bersih yang diperoleh mencapai 64.797.516 juta. Nilai tersebut meningkat menjadi 67.909.901 juta pada tahun 2023 atau tumbuh sekitar 4,80%. Selanjutnya, pada tahun 2024 penjualan kembali mengalami kenaikan hingga mencapai 72.597.188 juta dengan tingkat pertumbuhan sekitar 6,90%. Peningkatan pendapatan yang terjadi selama periode pengamatan menunjukkan adanya perkembangan positif dalam aktivitas penjualan perusahaan. Namun demikian, besarnya pertumbuhan penjualan yang berbeda pada setiap tahun mengindikasikan bahwa keberhasilan kinerja perusahaan tidak semata-mata ditentukan oleh peningkatan penjualan. Terdapat berbagai faktor lain, baik yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal perusahaan, yang turut memengaruhi pencapaian kinerja serta pembentukan nilai perusahaan.

Kondisi tersebut diperkirakan berkaitan dengan sejumlah faktor, antara lain Struktur pendanaan, Ukuran perusahaan, dan kemampuan perusahaan dalam mengelola Pertumbuhan penjualan secara optimal. Struktur pendanaan yang tercermin melalui tingkat penggunaan utang dapat memengaruhi risiko keuangan perusahaan sekaligus kemampuan dalam menghasilkan keuntungan. Tingginya proporsi utang yang tidak diimbangi dengan peningkatan laba yang memadai berpotensi meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan juga menjadi faktor yang menentukan kapasitas perusahaan dalam memperoleh akses pendanaan, meningkatkan efektivitas operasional, serta memperkuat posisi kompetitif di pasar. Apabila berbagai faktor tersebut tidak dikelola dengan baik, perusahaan dapat mengalami penurunan profitabilitas yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya nilai perusahaan. Penurunan nilai perusahaan dapat mengurangi ketertarikan investor untuk menanamkan modal, sehingga berpotensi menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi penting untuk dilakukan sebagai dasar dalam merumuskan strategi keuangan yang tepat. Dalam upaya menghadapi permasalahan tersebut, perusahaan perlu menerapkan manajemen keuangan yang efektif dan efisien dalam mengelola sumber daya keuangan guna mencapai tujuan perusahaan. Manajemen keuangan memiliki peranan strategis dalam mendukung pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pendanaan, investasi, serta pengelolaan aset sehingga peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai secara maksimal. Penelitian ini mengkaji pengaruh struktur pendanaan, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Analisis dilakukan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan secara resmi melalui Bursa Efek Indonesia. Dengan pendekatan tersebut, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel dalam upaya menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman dipengaruhi oleh sejumlah faktor, di antaranya profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur pendanaan, dan pertumbuhan penjualan. Penelitian Agustar dan Nilawati mengungkapkan bahwa pada periode 2021–2023, *Leverage* dan Profitabilitas terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Di samping itu, Ukuran perusahaan serta Pertumbuhan penjualan juga memberikan kontribusi terhadap perubahan Nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa efektivitas perusahaan dalam

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

mengelola struktur pendanaan dan menghasilkan keuntungan dapat menjadi faktor penentu dalam meningkatkan nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman.

Selain dibatasi oleh objek dan periode penelitian, kajian ini juga difokuskan pada sejumlah variabel yang berkaitan dengan aspek manajemen keuangan perusahaan, yaitu struktur pendanaan yang diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR), Ukuran perusahaan, Pertumbuhan penjualan, Profitabilitas, dan Nilai perusahaan. Fokus pada variabel-variabel tersebut didasarkan pada anggapan bahwa kebijakan pendanaan yang diterapkan perusahaan dapat memengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan, baik secara langsung maupun melalui variabel lain yang berhubungan. Struktur pendanaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio* (DAR), yaitu rasio yang menggambarkan persentase aset perusahaan yang didanai oleh utang. Penggunaan rasio ini bertujuan untuk menilai sejauh mana perusahaan bergantung pada sumber pendanaan yang berasal dari kewajiban. Sejumlah penelitian terdahulu telah mengonfirmasi adanya pengaruh struktur pendanaan terhadap nilai perusahaan. Putri dan Wiagustini menemukan bahwa *Leverage* yang diproksikan dengan DAR memberikan pengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan, baik secara langsung maupun melalui Profitabilitas sebagai variabel intervening. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kebijakan perusahaan dalam menetapkan struktur pendanaan yang optimal dapat menjadi faktor yang mendukung peningkatan nilai perusahaan melalui peningkatan kinerja keuangan.

Variabel lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran perusahaan, yang mencerminkan besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan jumlah aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan sering dijadikan sebagai indikator untuk menilai stabilitas operasional serta kemampuan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia guna menunjang aktivitas bisnisnya. Perusahaan yang memiliki aset dalam jumlah besar umumnya mempunyai kapasitas yang lebih baik dalam menjalankan kegiatan operasional serta menghadapi dinamika dan risiko bisnis. Namun demikian, hasil penelitian mengenai pengaruh Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Penelitian yang dilakukan oleh Utami dkk. (2025) menemukan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan aset yang lebih besar cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih kuat dan tingkat stabilitas yang lebih baik, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan investor. Sebaliknya, penelitian Putri dan Wiagustini (2025) menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas maupun Nilai perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa besarnya aset perusahaan tidak selalu mampu mendorong peningkatan profitabilitas maupun nilai perusahaan. Perbedaan temuan pada berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan masih belum memberikan bukti empiris yang konsisten. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai keterkaitan antarvariabel tersebut.

Pada penelitian ini, Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai salah satu ukuran untuk menilai kinerja operasional perusahaan. Variabel tersebut menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualannya dari waktu ke waktu, yang dihitung berdasarkan perbandingan antara tingkat penjualan pada periode berjalan dan periode sebelumnya. Peningkatan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar serta mempertahankan permintaan terhadap produk yang ditawarkan. Berbagai penelitian terdahulu telah mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fajriah dkk. (2024) membuktikan bahwa Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kenaikan penjualan dipandang oleh investor sebagai sinyal positif yang mencerminkan prospek dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Di sisi lain, Santioso (2025) memperoleh hasil yang berbeda dengan menyatakan bahwa Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan pada beberapa sektor tertentu. Perbedaan hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara pertumbuhan penjualan dan nilai perusahaan masih menunjukkan ketidakkonsistenan secara empiris. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menguji kembali pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan sektor makanan dan minuman.

Dalam penelitian ini, Profitabilitas berperan sebagai variabel intervening yang diukur menggunakan rasio profitabilitas untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Profitabilitas dipandang sebagai variabel mediasi yang berfungsi menjembatani pengaruh Struktur pendanaan, Ukuran perusahaan, dan Pertumbuhan penjualan terhadap Nilai perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas tidak hanya mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, tetapi juga menjelaskan mekanisme hubungan antara variabel independen dan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nasti dan Sari (2025) menunjukkan bahwa *Leverage* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, baik secara langsung maupun tidak

langsung melalui profitabilitas sebagai variabel perantara. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa profitabilitas mampu memediasi hubungan antara kebijakan pendanaan dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, sehingga peningkatan profitabilitas dapat menjadi salah satu jalur yang mendorong terciptanya nilai perusahaan yang lebih tinggi.

Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara optimal serta mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan kebijakan keuangan yang diterapkan memiliki peran penting dalam memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian Agustar dan Nilawati (2025) menemukan bahwa keputusan pendanaan yang diproksikan melalui *Leverage* dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Putri dan Wiagustini (2025), yang menyatakan bahwa *Leverage* memiliki pengaruh terhadap Nilai perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Profitabilitas sebagai variabel intervening. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebijakan keuangan yang diterapkan perusahaan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui perbaikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Selain itu, Utami dkk. (2025) mengungkapkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam menilai prospek dan potensi perusahaan di masa mendatang. Meskipun penelitian-penelitian tersebut dilakukan pada objek dan menggunakan pendekatan yang berbeda, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas, kebijakan keuangan, dan nilai perusahaan masih memerlukan kajian lebih lanjut. Oleh karena itu, pengujian kembali pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menjadi penting untuk memperoleh bukti empiris yang lebih komprehensif.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan suatu proses yang dilakukan perusahaan untuk merencanakan, mengatur, mengelola, serta mengendalikan penggunaan dana agar tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan yang telah ditetapkan. Anwar (2019:5) berpendapat bahwa "Manajemen keuangan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan keuangan perusahaan baik dari sisi pencarian sumber dana, pengalokasian dana, maupun pembagian hasil keuntungan perusahaan". Sugeng (2017:2) Manajemen keuangan adalah proses yang melibatkan pencairan dana yang dibutuhkan, penggunaan, serta penyaluran dana tersebut, serta pembagian hasil penggunaan dana tersebut kepada pemilik perusahaan secara logis, sehingga dapat menciptakan atau meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan upaya memperoleh sumber dana serta mengelola penggunaan dana tersebut secara efektif guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Anwar (2019:5) menyatakan "Tujuan manajemen keuangan adalah agar perusahaan dapat mengelola sumber daya yang dmiliki terutama dari aspek keuangan sehingga menghasilkan keuntungan yang maksimal dan pada akhirnya dapat memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham".

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menurut Ghozali (2024:16) merupakan suatu konsep yang menjelaskan mekanisme penyampaian informasi di pasar modal, terutama antara pihak manajemen perusahaan dan investor. Teori ini berangkat dari asumsi bahwa manajemen memiliki akses terhadap informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi, kinerja, dan prospek perusahaan dibandingkan pihak investor. Oleh karena itu, informasi tersebut dikomunikasikan kepada pasar melalui berbagai bentuk sinyal yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Gama dkk. (2024:86) menjelaskan bahwa teori sinyal merupakan salah satu landasan penting dalam kajian manajemen keuangan. Teori ini menerangkan bahwa tidak semua sinyal yang disampaikan perusahaan memiliki nilai yang sama bagi investor. Beberapa sinyal dapat memberikan informasi yang relevan dan bernilai, sedangkan sinyal lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penilaian investor.

Dengan demikian, teori sinyal dapat dipahami sebagai upaya perusahaan dalam menyampaikan informasi kepada investor mengenai kondisi aktual serta prospek perusahaan di masa mendatang. Berdasarkan teori ini, perusahaan yang memiliki informasi lebih banyak mengenai keadaan internalnya dapat menyampaikan informasi tersebut kepada pihak eksternal, khususnya investor, melalui berbagai sinyal yang tersedia. Tujuan penyampaian informasi tersebut adalah untuk mengurangi asimetri informasi yang terjadi antara manajemen dan investor, sehingga investor dapat melakukan penilaian yang lebih tepat terhadap prospek maupun nilai perusahaan. Oleh karena itu, teori sinyal menjadi salah satu teori yang penting dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan investasi di pasar modal.

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Submission ID trn:oid:::1:3591960913
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

Debt to Asset Ratio

Debt to Asset Ratio (DAR) merupakan salah satu indikator leverage yang digunakan untuk mengukur komposisi pendanaan perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membandingkan jumlah total utang dengan total aset yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat menunjukkan proporsi aset yang dibiayai oleh dana yang berasal dari pihak kreditur dibandingkan dengan dana yang bersumber dari pemilik perusahaan. Menurut Henry dkk. (2024:21), *Debt to Asset Ratio* merupakan rasio keuangan yang berfungsi untuk menilai sejauh mana aset perusahaan didanai oleh utang serta menggambarkan tingkat keterlibatan utang dalam pengelolaan aset perusahaan. Dengan demikian, nilai *Debt to Asset Ratio* yang semakin rendah menunjukkan bahwa kondisi keuangan perusahaan cenderung lebih sehat karena ketergantungan terhadap pendanaan berbasis utang relatif lebih kecil. Sedangkan menurut Mahfud *et al*. (2025:149) "*Debt to Asset Ratio* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membeli aktiva menggunakan utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva".

Debt to Asset Ratio menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendanai kegiatan operasionalnya melalui struktur pendanaan yang dimiliki. Rasio ini menunjukkan hubungan antara total utang dan total aset perusahaan, sehingga dapat digunakan untuk menilai besarnya porsi aset yang dibiayai oleh dana yang berasal dari kreditur. Semakin tinggi nilai *Debt to Asset Ratio*, semakin besar pula ketergantungan perusahaan terhadap pendanaan berbasis utang, yang berarti proporsi penggunaan modal sendiri dalam pembiayaan aset menjadi lebih rendah. Tingginya nilai *Debt to Asset Ratio* juga mengindikasikan meningkatnya risiko keuangan yang harus ditanggung perusahaan. Risiko tersebut berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Kondisi ini dapat memengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan, karena tingkat risiko yang lebih tinggi umumnya diikuti oleh harapan investor untuk memperoleh tingkat pengembalian atau keuntungan yang lebih besar sebagai kompensasi atas risiko yang ditanggung. Menurut Kasmir (2017:122), *Debt to Asset Ratio* dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$Debt\ to\ Asset\ Ratio = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}\ \text{X}\ 100\%$$

Keterangan:
Total Utang : Jumlah keseluruhan utang yang harus dibayar dalam jangka yang sudah ditentukan.
Total Aset : Jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Ukuran perusahaan

Jagiyanto (2017:282) mengemukakan bahwa "Ukuran perusahaan adalah skala dimana besar kecilnya suatu perusahaan dapat diklasifikasikan menurut berbagai cara (total aktiva, Log size, nilai pasar saham dan lain-lain)". Menurut Riyanto (2015:313) "Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai total aktiva". Beberapa indikator, seperti total aset, total penjualan, jumlah karyawan, serta nilai pasar, dapat digunakan untuk membedakan skala perusahaan, baik perusahaan kecil maupun besar. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki sumber daya yang lebih banyak, akses pendanaan yang lebih luas, serta kemampuan operasional yang lebih kuat dibandingkan perusahaan berskala kecil. Ukuran perusahaan sering digunakan sebagai indikator untuk menunjukkan tingkat ketidakpastian saham. Dalam analisis kinerja perusahaan, ukuran perusahaan sering digunakan sebagai indikator penting karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko bisnis yang dihadapi serta mempertahankan keberlanjutan kegiatan usahanya di tengah dinamika lingkungan bisnis. Menurut Ainayah dan Winarso (2024:3), ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

SIZE = Ln Total Aset

Keterangan:
Ln : Logaritma natural.
Total Aset : Penjualan aktiva lancar dan aktiva tetap serta aktiva tidak terwujud.

Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun ke tahun dapat menunjukkan kondisi perkembangan usaha, apakah perusahaan mengalami peningkatan atau justru penurunan kinerja. Pertumbuhan penjualan juga dapat digunakan untuk mencerminkan keberhasilan investasi yang telah dilakukan pada masa sebelumnya serta menjadi dasar dalam memperkirakan pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Menurut Rudianto (2009:56) "Pertumbuhan penjualan adalah volume penjualan tahun yang akan datang sesuai dengan data pertumbuhan volume penjualan historis". Kasmir (2017:107) mendefinisikan "Pertumbuhan penjualan sebagai kemampuan perusahaan meningkatkan penjualannya dibandingkan total penjualan secara keseluruhan". Menurut Fahmi (2014), peningkatan penjualan dapat digunakan untuk meramalkan pertumbuhan di masa depan karena menunjukkan keberhasilan investasi di masa lalu.

Dari penjelasan yang telah dikemukakan, dapat dipahami bahwa pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang diperoleh melalui perbandingan antara nilai penjualan pada periode berjalan dan periode sebelumnya. Indikator ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan aktivitas penjualan serta menunjukkan perkembangan kinerja perusahaan

secara berkelanjutan. Menurut Home dan Wochowicz (2017:21), pertumbuhan penjualan dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Pertumbuhan penjualan} = \frac{Sales_t - Sales_{t-1}}{Sales_{t-1}}$$

Keterangan:
$Sales_t$: Penjualan pada tahun berjalan.
$Sales_{t-1}$: Penjualan pada tahun sebelumnya.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasional dan kegiatan usahanya secara berkelanjutan. Tingkat profitabilitas mencerminkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh laba. Menurut Sartono (2015:122), profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkaitan dengan tingkat penjualan, total aset, serta modal sendiri yang dimiliki. Sementara itu, Kasmir (2016:196) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan sekaligus mengevaluasi efektivitas kinerja manajemen melalui laba yang dihasilkan dari aktivitas penjualan maupun investasi. Sejalan dengan pendapat tersebut, Hanafi dan Halim (2012:83) menjelaskan bahwa profitabilitas berfungsi sebagai alat untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan mempertimbangkan aspek penjualan, total aset, dan modal saham yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan berbagai pendapat yang telah dikemukakan, Profitabilitas dapat dipahami sebagai salah satu indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset dan modal secara efektif. Tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan menjadi cerminan kinerja keuangan serta kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Oleh sebab itu, Profitabilitas kerap dijadikan sebagai salah satu ukuran dalam mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan. Pada penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan indikator *Return on Asset* (ROA). Menurut Sukamulja (2022:150), *Return on Asset* (ROA) dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}}$$

Keterangan:
Laba Bersih : Jumlah pendapatan yang tersisa setelah dikurangi seluruh beban operasional, beban bunga, pajak, serta biaya lainnya selama periode tertentu.
Total Aset : Jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan.

Nilai perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan penilaian pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan yang dapat terlihat dari harga perusahaan yang terbentuk di pasar. Menurut Fahmi (2013:82), nilai perusahaan adalah perbandingan nilai pasar yang mencerminkan kondisi pasar modal serta memberikan informasi kepada manajemen mengenai dampak kebijakan yang akan diterapkan pada masa mendatang. Selanjutnya, Sartono (2015:9) menyatakan bahwa nilai perusahaan berkaitan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham yang ditunjukkan melalui kenaikan harga saham, sehingga nilai sekarang (*present value*) atas keuntungan yang akan diterima pemegang saham juga meningkat.

Menurut Harmono (2014:233), nilai perusahaan menunjukkan tingkat penilaian masyarakat terhadap kegiatan bisnis perusahaan yang tercermin melalui harga saham yang terbentuk dalam mekanisme perdagangan di pasar modal. Berdasarkan beberapa definisi yang telah dikemukakan, nilai perusahaan dapat dipahami sebagai ukuran yang mencerminkan keberhasilan manajemen dalam menciptakan kinerja dan prospek usaha yang baik. Kondisi tersebut tercermin pada pergerakan harga saham dan menjadi salah satu faktor yang diperhatikan investor dalam proses pengambilan keputusan investasi. Pada penelitian ini, pengukuran nilai perusahaan dilakukan dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Menurut Nendy dkk. (2022:91), rumus yang digunakan untuk menghitung *Price to Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku per saham}}$$

Keterangan:
Harga saham : Nilai yang tertera di pasar bursa pada waktu saat ini, sebagaimana ditentukan oleh pelaku pasar.
Nilai buku saham : Kekayaan bersih perusahaan yang menjadi hak dari setiap lembar saham.

Nilai buku saham secara matematis dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku (BV)} = \frac{Total\ Equity}{\text{Jumlah saham beredar}}$$

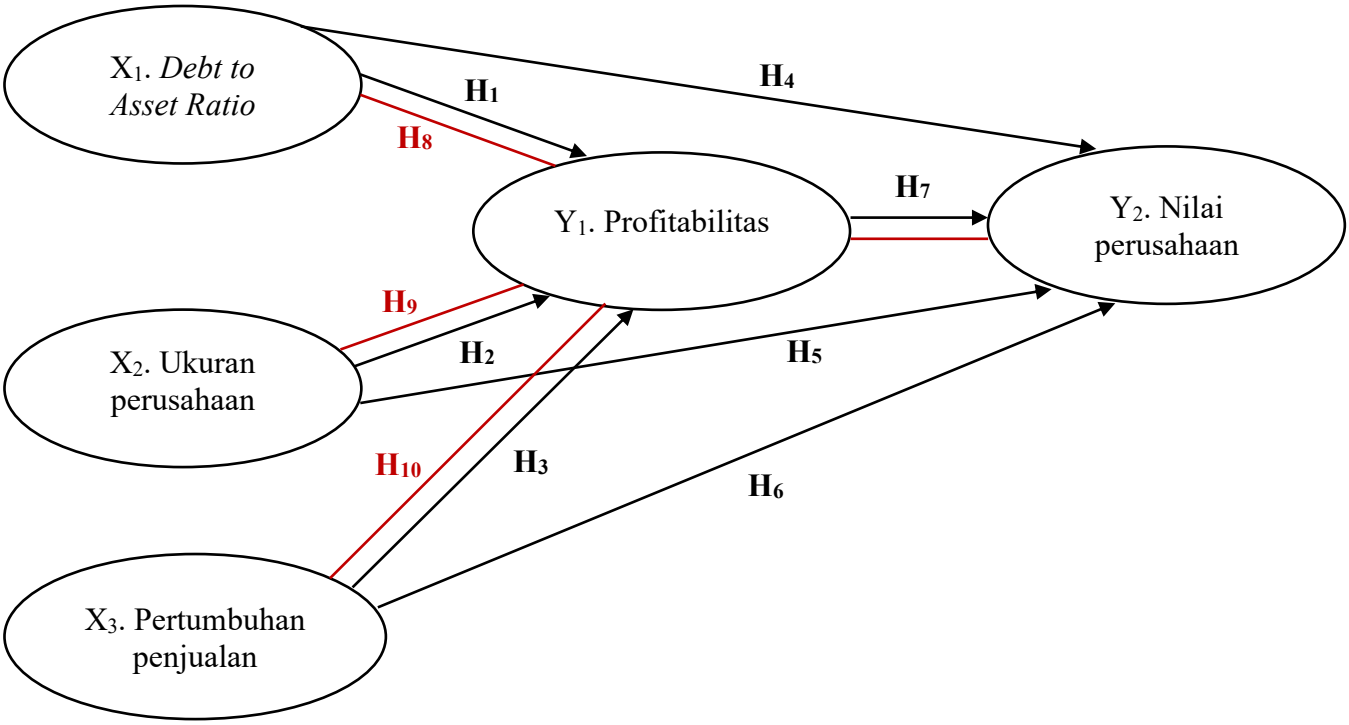
Keterangan:
Total equity : Hak pemilik atas aset perusahaan setelah seluruh kewajiban diselesaikan.
Jumlah saham beredar : Bagian dari saham perusahaan yang telah diterbitkan dan sudah dimiliki oleh individu atau institusi lain.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan landasan pemikiran yang digunakan untuk menjelaskan

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Submission ID trn:oid:::1:3591960913
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

hubungan antarvariabel penelitian berdasarkan teori serta hasil penelitian terdahulu. Variabel independen dalam penelitian menggambarkan hubungan logis yang dapat memengaruhi variabel dependen, baik secara langsung maupun melalui variabel intervening. Hubungan antara variabel independen, variabel intervening, dan variabel dependen dijelaskan dalam kerangka konseptual sebagai dasar dalam melakukan analisis penelitian. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri atas *Debt to Asset Ratio*, Ukuran perusahaan, dan Pertumbuhan penjualan, sedangkan variabel intervening yang digunakan adalah Profitabilitas, serta variabel dependen berupa Nilai perusahaan. Melalui kerangka konseptual, peneliti dapat menjelaskan secara sistematis pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Sarmanu (2017:36) "Kerangka konseptual berisi mengenai variabel yang akan diteliti, seperti pengaruh atau hubungan antara variabel satu dengan lainnya". Berikut merupakan kerangka konseptual penelitian:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual penelitian tersebut,maka dapat disusun sebagai berikut:

H_1 : *Debt to Asset Ratio* berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas;
H_2 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas;
H_3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas;
H_4 : *Debt to Asset Ratio* berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan;
H_5 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan;
H_6 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan;
H_7 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan;
H_8 : *Debt to Asset Ratio* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas;
H_9 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas;
H_{10} : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas.

III. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian merupakan sumber atau lokasi yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian, baik berupa data primer maupun data sekunder. Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan serta berbagai sumber resmi lainnya yang relevan dengan tujuan penelitian. Waktu penelitian menunjukkan rentang waktu yang diperlukan peneliti untuk melaksanakan seluruh tahapan penelitian, mulai dari pengkajian teori hingga pelaksanaan penelitian sesuai dengan metode yang telah ditetapkan. Penentuan waktu penelitian dilakukan untuk

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

memberikan batasan dan target yang jelas sehingga setiap tahap penelitian dapat dilaksanakan secara lebih sistematis dan terarah. Penelitian ini berlangsung selama lima bulan, yaitu sejak Januari hingga Mei 2026.

Populasi

Sugiyono (2014) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang mencakup objek maupun subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan fokus penelitian. Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024, yang berjumlah 82 perusahaan.

Sampel

Sugiyono (2014:81) mendefinisikan sampel sebagai sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan digunakan untuk mewakili populasi dalam penelitian. Di sisi lain, Dana P. Turner (2020:8) menyatakan bahwa *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti agar sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan hasil seleksi sampel yang disajikan pada tabel di atas, diperoleh 11 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang memenuhi seluruh kriteria penelitian. Dengan periode observasi selama tiga tahun, yaitu dari tahun 2022 hingga 2024, jumlah sampel penelitian menjadi 33 data yang diperoleh dari hasil perkalian 11 perusahaan dengan 3 tahun pengamatan.

Metode Analisis Data

Teknik pengumpulan data merupakan serangkaian langkah yang diterapkan peneliti untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam menjawab rumusan masalah serta mencapai tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2019:224), teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data penelitian, mengingat kualitas data yang diperoleh akan menentukan kualitas hasil penelitian yang dihasilkan. Pada penelitian ini, proses analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) yang dioperasikan melalui perangkat lunak SmartPLS. Pemilihan metode tersebut didasarkan pada kemampuannya dalam menguji dan menganalisis hubungan antarvariabel secara komprehensif. Selain itu, PLS dinilai sesuai untuk digunakan pada penelitian yang memiliki jumlah sampel relatif kecil karena tetap mampu menghasilkan estimasi model yang baik dan akurat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam suatu model regresi. Menurut Imam Ghozali (2018:107), tujuan dari pengujian multikolinieritas adalah untuk memastikan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam model tidak memiliki korelasi yang kuat satu sama lain. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang terdapat pada bagian *Inner VIF Values* dalam output analisis *Smart*PLS versi 3.0. Hasil pengujian multikolinieritas tersebut disajikan pada Tabel 1 yang menampilkan hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas:

Tabel 1.
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Penelitian	X_1. *Debt to Asset Ratio*	X_2. Ukuran perusahaan	X_3. Pertumbuhan penjualan	Y_1. Profitabilitas	Y_2. Nilai perusahaan
X_1 *Debt to Asset Ratio*				1,036	1,300
X_2 Ukuran perusahaan				1,119	1,165
X_3 Pertumbuhan penjualan				1,141	1,240
Y_1 Profitabilitas					1,533
Y_2 Nilai perusahaan					

Sumber : Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 7, diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hubungan antarvariabel menunjukkan hasil sebagai berikut: *Debt to Asset* Ratio terhadap profitabilitas sebesar 1.036 (< 5.00), *Debt to Asset Ratio* terhadap Nilai perusahaan sebesar 1.300 (< 5.00), Ukuran perusahaan terhadap Profitabilitas sebesar 1.119 (< 5.00), Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan sebesar 1.165 (< 5.00), Pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas sebesar 1.141 (< 5.00), Pertumbuhan penjualan terhadap Nilai perusahaan sebesar 1.240 (< 5.00), serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebesar 1.533 (<

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

5.00). Seluruh nilai VIF tersebut berada di bawah batas 5.00, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinieritas pada setiap variabel penelitian.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data pada setiap variabel penelitian mengikuti distribusi normal. Penentuan normalitas dilakukan berdasarkan nilai *skewness* atau *excess kurtosis* dengan kriteria bahwa data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai yang diperoleh berada pada interval −2,58 sampai dengan 2,58. Apabila nilai rasio *skewness* atau *excess kurtosis* berada di luar interval tersebut, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2 yang menunjukkan hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas:

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

Indikator	*Excess Kurtosis*	*Skewness*	Keterangan
X_1	-0.426	-0.942	Normal
X_2	-0.816	0.762	Normal
X_3	7.407	2.473	Normal
Y_1	-0.260	0.677	Normal
Y_2	-0.434	0.459	Normal

Sumber : Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 2 yang disajikan, nilai *skewness* atau *excess kurtosis* menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu *Debt to Asset Ratio*, Ukuran perusahaan, Pertumbuhan penjualan, Profitabilitas, dan Nilai perusahaan, memiliki distribusi data yang normal.

Uji *Goodness Of Fit* (GOF)

Uji Goodness of Fit (GoF) pada pendekatan PLS-SEM digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian model penelitian secara keseluruhan. Pengujian ini bertujuan untuk menilai kemampuan model dalam merepresentasikan data penelitian serta menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti. Dengan demikian, *Goodness of Fit* (GoF) dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah model yang dibangun telah memenuhi kriteria kelayakan dan layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Tabel 3.
Hasil *Uji Godness Of Fit* (GOF)

Kriteria	*Saturated Model*	*Estimated Model*	*Cut Off2*	Keterangan Model
SRMR	0.000	0.000	**≤ 0.09**	Baik
d_ULS	0.000	0.000	**≥ 0.05**	Tidak Baik
d_G	0.000	0.000	**≥ 0.05**	Tidak Baik
Chi-Square	-0.000		**Diharapkan Kecil**	Baik
NFI	1.000	1.000	**> 0.5 (mendekati angka 1)**	Baik

Sumber : Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil evaluasi kesesuaian model pada *Uji Goodness of Fit* (GoF) yang disajikan pada Tabel 3, sebagian besar indikator telah memenuhi kriteria penilaian model, yaitu SRMR, *Chi-Square*, dan NFI. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model penelitian dinyatakan fit serta layak digunakan untuk tahap analisis berikutnya. Meskipun demikian, indikator d_ULS dan d_G masih belum memenuhi nilai standar yang telah ditetapkan. Namun, kondisi tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kelayakan model secara keseluruhan.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis inner model dilakukan untuk menguji hubungan struktural antara konstruk eksogen dan konstruk endogen sesuai dengan hipotesis penelitian yang telah ditetapkan. Dalam pengujian ini, nilai *R-Square* digunakan sebagai indikator untuk mengukur besarnya kontribusi variabel laten independen dalam

turnitin Page 19 of 26 - Integrity Submission
Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084
Submission ID trn:oid:::1:3591960013

menjelaskan variabel laten dependen. Adapun hasil *output R-Square* pada penelitian ini disajikan dalam Tabel 4 yang menunjukkan hasil Uji Koefisien Determinasi:

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel Terikat	*R-Square*	*R-Square Adjusted*
Profitailitas	0.348	0.280
Nilai perusahaan	0.528	0.460

Sumber Data: Data diolah peneliti (2026)

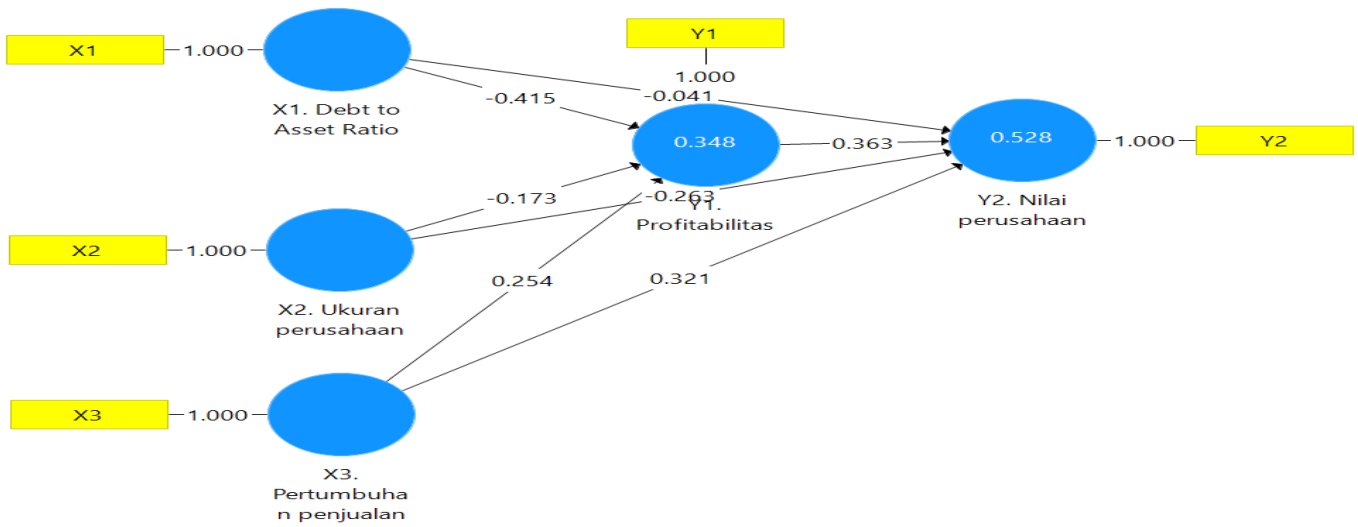
Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4 tersebut, dapat diartikan bahwa:

1) Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Debt to Asset Ratio* (X_1), Ukuran perusahaan (X_2), dan Pertumbuhan penjualan (X_3) mampu menjelaskan variasi Profitabilitas (Y_1) sebesar 0.280 atau 28%. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perubahan Profitabilitas. Adapun sebesar 72% variasi Profitabilitas lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
2) Berdasarkan nilai *R-Square* yang diperoleh, *Debt to Asset Ratio* (X_1), Ukuran perusahaan (X_2), dan Pertumbuhan penjualan (X_3) secara simultan mampu menjelaskan Nilai perusahaan (Y_2) sebesar 46% atau 0.460. Nilai tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam memengaruhi Nilai perusahaan. Adapun sisanya sebesar 54% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang turut memengaruhi Nilai perusahaan.

:

Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada *Smart*PLS 3.0. Suatu hipotesis dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai *P Value* lebih kecil dari 0,05 (*P Value* < 0,05). Adapun hasil pengujian hipotesis tersebut disajikan sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi *Smart* PLS
Sumber : Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar diatas, hasil uji hipotesis menggunakan aplikasi Smart PLS disajikan dalam bentuk Tabel 5. Uji Hipotesis Penelitian seperti berikut:

turnitin Page 19 of 26 - Integrity Submission Submission ID trn:oid:::1:3591960013

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

Tabel 5.
Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Variabel	*Original Sample (O)*	*Sample Mean (M)*	*Standard Deviation (STDEV)*	*T-Statistics (O/STDEV)*	*P Values*
X_1. *Debt to Asset Ratio* -> Y_1. Profitabilitas	-0.415	-0.416	0.188	2.205	0.028
X_2. Ukuran perusahaan-> Y_1. Profitabilitas	-0.173	-0.168	0.130	1.329	0.185
X_3. Pertumbuhan penjualan -> Y_1. Profitabilitas	0.254	0.238	0.142	1.792	0.074
X_1. *Debt to Asset Ratio* -> Y_2. Nilai perusahaan	-0.041	-0.040	0.138	0.297	0.767
X_2. Ukuran perusahaan-> Y_2. Nilai perusahaan	-0.263	-0.263	0.138	1.898	0.058
X_3. Pertumbuhan penjualan -> Y_2. Nilai perusahaan	0.321	0.310	0.120	2.058	0.008
X_1. Profitabilitas -> Y_1. Nilai perusahaan	0.363	0.361	0.177	2.058	0.040
X_2. *Debt to Asset Ratio*-> Y_1. Profitabilitas-> Y_2. Nilai perusahaan	-0.151	-0.148	0.110	1.373	0.170
X_3. Ukuran perusahaan -> Y_1. Profitabilitas-> Y_2. Nilai perusahaan	-0.063	-0.059	0.059	1.068	0.286
X_1. Pertumbuhan penjualan-> Y_1. Profitabilitas -> Y_2. Nilai perusahaan	0.092	0.088	0.071	1.302	0.194

Sumber Data: Data diolah peneliti (2026)

Pembahasan

Pengaruh *Debt to Asset Ratio* terhadap Profitabilitas

Debt to Asset Ratio (X_1) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas (Y_1). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, diperoleh nilai *original sample* sebesar −0.415, nilai *T-Statistic* sebesar 2.205 yang melebihi batas kritis 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.028** yang lebih kecil dari 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Debt to Asset Ratio* (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas (Y_1), sehingga **hipotesis pertama diterima**. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan proporsi utang dalam struktur pendanaan perusahaan cenderung diikuti oleh penurunan tingkat profitabilitas. Hal ini disebabkan oleh semakin besarnya beban bunga yang harus ditanggung perusahaan akibat penggunaan utang yang tinggi. Peningkatan beban tersebut pada akhirnya akan mengurangi laba bersih yang dihasilkan perusahaan, sehingga tingkat profitabilitas menjadi lebih rendah. Beban bunga yang semakin besar menjadi faktor utama yang menekan profitabilitas, terutama ketika peningkatan pendapatan perusahaan tidak mampu menutupi kenaikan biaya tersebut. Selain itu, tingginya rasio utang terhadap aset juga mencerminkan meningkatnya risiko keuangan perusahaan, sehingga perusahaan menghadapi tekanan yang lebih besar dalam memenuhi kewajiban finansialnya. Keadaan ini menyebabkan manajemen menjadi lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi, yang pada akhirnya dapat menghambat pertumbuhan dan ekspansi perusahaan.

Lebih lanjut, struktur utang yang kurang optimal dapat menimbulkan ketidakefisienan dalam pengelolaan keuangan perusahaan. Perusahaan cenderung lebih memfokuskan penggunaan dana untuk memenuhi kewajiban kepada kreditor dibandingkan meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Akibatnya, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi terbatas. Dengan demikian, peningkatan *Debt to Asset Ratio* akan berdampak pada penurunan profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Debt to Asset Ratio* merupakan variabel yang berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Yanuariski dkk. (2023) yang menyatakan bahwa *Debt to Asset Ratio* memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Profitabilitas

Ukuran perusahaan (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas (Y_1). Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan nilai *original sample* sebesar −0.173, nilai *T-Statistic* sebesar 1.329 yang lebih kecil dari nilai kritis 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.185** yang lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan (X_2) tidak berpengaruh signifikan

terhadap Profitabilitas (Y_1), sehingga **hipotesis kedua dinyatakan ditolak**.

Temuan ini mengindikasikan bahwa besarnya skala perusahaan tidak secara langsung memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan kata lain, perusahaan yang memiliki ukuran aset lebih besar belum tentu mampu mencapai tingkat profitabilitas yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tidak hanya ditentukan oleh ukuran perusahaan, tetapi juga dipengaruhi oleh efektivitas pengelolaan sumber daya dan strategi operasional yang diterapkan. Ukuran perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset hanya mencerminkan besarnya skala operasional perusahaan, namun belum mampu menggambarkan tingkat efisiensi dalam pengelolaan sumber daya perusahaan. Tidak signifikannya hubungan tersebut dapat dipengaruhi oleh perbedaan efisiensi operasional pada masing-masing perusahaan. Perusahaan dengan skala besar cenderung memiliki struktur organisasi yang lebih kompleks serta biaya operasional yang lebih tinggi, seperti biaya administrasi, pemeliharaan aset, dan biaya tenaga kerja, sehingga kondisi tersebut dapat menekan laba perusahaan.

Sebaliknya, perusahaan dengan skala yang lebih kecil umumnya memiliki tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi dalam menjalankan kegiatan operasional serta lebih mudah dalam mengendalikan biaya secara efisien, sehingga berpotensi menghasilkan laba yang lebih optimal. Selain itu, kompleksitas dalam proses pengambilan keputusan pada perusahaan besar juga dapat menghambat optimalisasi pemanfaatan aset perusahaan. Oleh sebab itu, besar kecilnya ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan sebagai faktor utama yang menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa efisiensi pengelolaan sumber daya serta strategi operasional perusahaan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Ukuran perusahaan dalam memengaruhi Profitabilitas. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Fajri dkk. (2023) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Pertumbuhan penjualan (X_3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas (Y_1). Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0.245, nilai *T-Statistic* sebesar 1.792 yang lebih kecil dari 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.074** yang berada di atas tingkat signifikansi 0.05. Dengan demikian, **hipotesis ketiga dalam penelitian ini dinyatakan ditolak**.

Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan penjualan tidak secara otomatis meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Meskipun penjualan mengalami pertumbuhan, profitabilitas perusahaan belum tentu meningkat apabila kenaikan pendapatan tidak diimbangi dengan pengelolaan biaya yang efisien. Oleh karena itu, pertumbuhan penjualan tidak dapat dijadikan sebagai satu-satunya faktor yang menentukan tingkat profitabilitas perusahaan. Secara teoritis, pertumbuhan penjualan diharapkan dapat memperbaiki tingkat profitabilitas perusahaan, namun dalam praktiknya hal tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya operasional. Tidak signifikannya pengaruh tersebut dapat disebabkan oleh meningkatnya biaya yang mengikuti pertumbuhan penjualan, seperti biaya produksi, distribusi, pemasaran, serta biaya operasional lainnya. Apabila peningkatan biaya tersebut sebanding atau bahkan lebih besar dibandingkan peningkatan pendapatan, maka pengaruhnya terhadap laba perusahaan menjadi tidak signifikan.

Selain itu, perusahaan yang mengalami pertumbuhan penjualan tinggi umumnya berada pada tahap pengembangan usaha, seperti perluasan pasar, peningkatan kapasitas produksi, maupun investasi pada aset baru. Proses pengembangan tersebut membutuhkan biaya yang cukup besar sehingga dalam jangka pendek dapat menekan tingkat profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan penjualan tidak selalu diikuti dengan peningkatan laba secara langsung. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan tidak dapat dijadikan sebagai faktor utama yang menentukan profitabilitas perusahaan karena masih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti efisiensi biaya dan strategi operasional perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Sembiring (2020) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Profitabilitas.

Pengaruh *Debt to Asset Ratio* terhadap Nilai perusahaan

Debt to Asset Ratio (X_1) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, diperoleh nilai *original sample* sebesar −0.041, nilai *T-Statistic* sebesar 0.297 yang berada di bawah nilai kritis 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.767** yang lebih besar dari 0.05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa *Debt to Asset Ratio* (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2), sehingga **hipotesis keempat dinyatakan ditolak**.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya proporsi utang yang dimiliki perusahaan tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan yang dipersepsikan oleh investor. Dengan kata lain, tingkat penggunaan utang dalam struktur pendanaan perusahaan bukan merupakan faktor utama yang

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

dijadikan dasar oleh investor dalam menilai nilai perusahaan. Investor cenderung mempertimbangkan berbagai aspek lain, seperti kinerja keuangan, kemampuan menghasilkan laba, prospek pertumbuhan, dan kondisi perusahaan secara keseluruhan sebelum menentukan penilaian terhadap nilai perusahaan. Meskipun secara teoritis penggunaan utang dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui struktur modal, dalam praktiknya investor tidak hanya menjadikan rasio utang sebagai indikator utama dalam menilai perusahaan. Tidak signifikannya pengaruh tersebut dapat dijelaskan oleh pandangan investor yang menganggap tingkat utang perusahaan masih berada dalam batas yang wajar dan mampu dikelola dengan baik oleh perusahaan.

Di samping itu, utang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sumber pendanaan untuk mendukung aktivitas operasional maupun pengembangan usaha perusahaan. Oleh karena itu, keberadaan utang tidak selalu memberikan konsekuensi negatif terhadap nilai perusahaan. Dalam mengambil keputusan investasi, investor umumnya tidak hanya berfokus pada satu indikator, tetapi juga mempertimbangkan berbagai faktor lain, seperti kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, prospek pertumbuhan usaha pada masa mendatang, serta kondisi ekonomi dan pasar yang berpotensi memengaruhi kinerja perusahaan. Dengan demikian, meskipun *Debt to Asset Ratio* menunjukkan arah hubungan yang negatif terhadap nilai perusahaan, pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk menghasilkan signifikansi secara statistik. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Pratiwi dan Hendayana (2024), yang menyimpulkan bahwa *Debt to Asset Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2). Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar -0.263, nilai *T-Statistic* sebesar 1.873 yang berada di bawah batas 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.058** yang melebihi tingkat signifikansi 0.05. Oleh karena itu, **hipotesis kelima dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.**

Hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa besarnya skala perusahaan yang tercermin dari total aset tidak dapat dijadikan sebagai faktor utama dalam menentukan Nilai Perusahaan. Meskipun perusahaan memiliki aset dalam jumlah besar, nilai perusahaan tidak akan meningkat secara optimal apabila aset tersebut tidak mampu menciptakan keuntungan dan memberikan nilai tambah bagi pemegang saham. Dengan kata lain, efektivitas pemanfaatan aset lebih penting dibandingkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan skala besar cenderung menghadapi tingkat kompleksitas organisasi yang lebih tinggi, sehingga dapat menghambat efisiensi operasional dan berdampak pada kinerja perusahaan.

Sebaliknya, perusahaan yang memiliki ukuran relatif lebih kecil namun mampu menunjukkan kinerja yang baik serta prospek pertumbuhan yang menjanjikan berpotensi menghasilkan nilai perusahaan yang lebih tinggi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan bukanlah faktor utama yang dijadikan dasar pertimbangan oleh investor dalam menilai nilai perusahaan. Dalam praktiknya, investor cenderung memberikan perhatian yang lebih besar pada aspek-aspek lain yang berkaitan dengan kinerja keuangan, efektivitas operasional, serta prospek perkembangan perusahaan di masa mendatang. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Kamiliya dkk. (2023), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap Nilai perusahaan

Pertumbuhan penjualan (X_3) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2). Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan nilai *original sample* sebesar 0.321, nilai *T-Statistic* sebesar 2.058 yang lebih besar dari 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.008** yang lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Pertumbuhan penjualan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2), sehingga **hipotesis keenam dalam penelitian ini dinyatakan diterima**.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan dapat memberikan kontribusi terhadap kenaikan nilai perusahaan karena mencerminkan kinerja operasional yang efektif serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Pertumbuhan penjualan yang berlangsung secara konsisten menjadi sinyal positif bagi investor mengenai prospek dan keberlanjutan usaha perusahaan pada masa mendatang. Selain itu, perusahaan yang mampu mempertahankan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi umumnya dipandang memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan laba pada periode berikutnya. Kondisi tersebut dapat meningkatkan keyakinan investor untuk melakukan investasi pada perusahaan. Meningkatnya minat investor berpotensi mendorong permintaan saham, yang pada akhirnya dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan dapat digunakan sebagai salah satu indikator yang mencerminkan kinerja perusahaan sekaligus menggambarkan prospek usahanya di masa depan. Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Wahyuni dkk. (2023) yang menyatakan bahwa Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Jurnal Mahasiswa Entrepreneur
Vol. 5, No. 1, January 2026 : 1-9
Open Acces DOI: 10.36841/jme.v5i1.8084

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan

Profitabilitas (Y_1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketujuh, diperoleh nilai *original sample* sebesar 0.363, nilai *T-Statistic* sebesar 2.058 yang lebih besar dari 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.040** yang lebih kecil dari 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Profitabilitas (Y_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2), sehingga **hipotesis ketujuh dinyatakan diterima**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya secara efektif sehingga mampu menghasilkan kinerja keuangan yang optimal. Kondisi tersebut memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek dan keberlanjutan usaha perusahaan di masa yang akan datang. Selain itu, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi umumnya dianggap lebih mampu memberikan keuntungan ekonomi bagi pemegang saham, baik melalui pembagian dividen maupun peluang memperoleh *capital gain*. Meningkatnya keyakinan investor terhadap kondisi perusahaan dapat mendorong kenaikan minat investasi pada saham perusahaan tersebut. Peningkatan permintaan saham selanjutnya berpotensi menaikkan harga saham di pasar, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin tinggi pula Nilai Perusahaan yang terbentuk. Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian Sakdiyah dkk. (2023) yang menyimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan..

Pengaruh *Debt to Asset Ratio* terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas

Pengaruh *Debt to Asset Ratio* (X_1) terhadap Nilai Perusahaan (Y_2) melalui Profitabilitas (Y_1) terbukti tidak signifikan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedelapan pada tabel *specific indirect effects*, diperoleh nilai *original* sample sebesar −0.151, nilai *T-Statistic* sebesar 1.373 yang lebih kecil dari 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.170** yang lebih besar dari 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *Debt to Asset Ratio* (X_1) memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2) melalui Profitabilitas (Y_1). Dengan demikian, **hipotesis kedelapan dalam penelitian ini dinyatakan ditolak**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas belum mampu berfungsi sebagai variabel intervening yang signifikan dalam hubungan antara *Debt to Asset Ratio* dan Nilai Perusahaan. Meskipun peningkatan penggunaan utang dapat menyebabkan penurunan profitabilitas akibat bertambahnya beban bunga serta kewajiban pelunasan utang, pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk mendorong perubahan Nilai Perusahaan secara signifikan melalui Profitabilitas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba ketika melakukan penilaian terhadap suatu perusahaan. Berbagai aspek lain, seperti peluang pertumbuhan usaha, konsistensi kinerja keuangan, dan situasi pasar yang sedang berlangsung, turut menjadi dasar dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, tingkat *Leverage* yang tinggi tidak secara otomatis memengaruhi Nilai Perusahaan melalui perubahan Profitabilitas. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Febiola dan Pian (2025) yang menyatakan bahwa Profitabilitas belum mampu memediasi pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan, karena pertimbangan investor dalam berinvestasi tidak hanya bertumpu pada besarnya laba yang dihasilkan perusahaan.

Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas

Pengaruh Ukuran perusahaan (X_2) terhadap Nilai Perusahaan (Y_2) melalui Profitabilitas (Y_1) terbukti tidak signifikan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kesembilan pada tabel *specific indirect effects*, diperoleh nilai *original sample* sebesar −0.063, nilai *T-Statistic* sebesar 1.068 yang lebih kecil dari 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.286** yang lebih besar dari 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan (X_2) memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2) melalui Profitabilitas (Y_1). Dengan demikian, **hipotesis kesembilan dalam penelitian ini dinyatakan ditolak**.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas belum mampu bertindak sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara Ukuran perusahaan dan Nilai Perusahaan. Kepemilikan total aset yang besar tidak selalu diikuti oleh peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal tersebut mengindikasikan bahwa besarnya aset yang dimiliki belum tentu dimanfaatkan secara efektif dan efisien untuk mendukung aktivitas operasional maupun menciptakan keuntungan yang optimal. Di samping itu, perusahaan yang memiliki skala usaha lebih besar cenderung menanggung biaya operasional dan biaya pengelolaan yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil. Kondisi tersebut dapat mengurangi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba secara signifikan, sehingga Profitabilitas belum dapat berperan sebagai mekanisme perantara yang kuat dalam menjelaskan pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Purbasari (2025) yang menyatakan bahwa Profitabilitas belum mampu

memediasi pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa perusahaan dengan aset yang besar belum tentu mampu mengelola sumber daya yang dimilikinya secara optimal untuk menghasilkan tingkat laba yang maksimal.

Pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas

Pengaruh Pertumbuhan penjualan (X_3) terhadap Nilai Perusahaan (Y_2) melalui Profitabilitas (Y_1) terbukti tidak signifikan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kesepuluh pada tabel *specific indirect effects*, diperoleh nilai *original sample* sebesar 0.092, nilai *T-Statistic* sebesar 1.302 yang lebih kecil dari 1.96, serta nilai *P-Value* sebesar **0.194** yang lebih besar dari 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Pertumbuhan penjualan (X_3) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y_2) melalui Profitabilitas (Y_1). Dengan demikian, **hipotesis kesepuluh dalam penelitian ini dinyatakan ditolak**.

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa Profitabilitas belum mampu berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara Pertumbuhan penjualan dan Nilai Perusahaan. Meskipun peningkatan penjualan dapat mendorong kenaikan pendapatan perusahaan, kondisi tersebut tidak selalu diikuti oleh peningkatan laba yang optimal. Hal ini dapat terjadi karena pertumbuhan penjualan umumnya disertai dengan meningkatnya biaya operasional, biaya produksi, serta biaya pemasaran yang harus ditanggung perusahaan, sehingga laba yang diperoleh tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Selain itu, investor tidak hanya memperhatikan tingginya tingkat penjualan yang dicapai perusahaan, tetapi juga menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola penjualan tersebut menjadi keuntungan. Apabila peningkatan penjualan tidak diimbangi dengan efisiensi dalam pengelolaan biaya, maka tingkat Profitabilitas perusahaan cenderung tetap rendah sehingga belum mampu meningkatkan Nilai Perusahaan secara optimal. Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Miranda dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas belum mampu berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Pertumbuhan penjualan dan Nilai Perusahaan secara signifikan. Kondisi tersebut terjadi karena peningkatan volume penjualan yang dicapai perusahaan tidak selalu diikuti oleh peningkatan laba yang sebanding. Dengan kata lain, pertumbuhan penjualan belum tentu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, sehingga Profitabilitas belum dapat menjadi mekanisme perantara yang efektif dalam menjelaskan pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap Nilai Perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan terkait pengaruh Debt to Asset Ratio, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022–2024, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1) *Debt to Asset Ratio* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas, (H_1 diterima);
2) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas, (H_2 ditolak);
3) Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Profitabilitas, (H_3 ditolak);
4) *Debt to Asset Ratio* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan, (H_4 ditolak);
5) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan, (H_5 ditolak);
6) Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan, (H_6 diterima);
7) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan, (H_7 diterima);
8) *Debt to Asset Ratio* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas, (H_8 ditolak);
9) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas, (H_9 ditolak);
10) Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas, (H_{10} ditolak).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai sumber literatur bagi mahasiswa, terutama yang melakukan kajian di bidang manajemen keuangan terkait determinan nilai perusahaan. Di samping itu, universitas diharapkan terus mendukung peningkatan kualitas penelitian dengan mendorong penggunaan variabel yang lebih variatif serta metode analisis yang lebih komprehensif, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih mendalam dan memiliki nilai akademik yang lebih tinggi.

Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel-variabel lain yang diperkirakan dapat memengaruhi Nilai Perusahaan, seperti likuiditas,

kebijakan dividen, dan *good corporate governance*. Selain itu, cakupan penelitian dapat diperluas dengan melibatkan perusahaan dari berbagai sektor serta memperpanjang periode pengamatan sehingga hasil yang diperoleh memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik. Penggunaan pendekatan dan metode analisis yang lebih bervariasi juga dianjurkan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat dan komprehensif.

Bagi Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman

Perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diharapkan mampu mengelola struktur modal secara lebih bijaksana dengan membatasi penggunaan utang pada tingkat yang optimal, sehingga tidak menimbulkan dampak negatif terhadap Profitabilitas. Selain meningkatkan aset perusahaan, manajemen juga perlu memastikan bahwa aset yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Di samping itu, Pertumbuhan penjualan perlu diiringi dengan pengelolaan biaya yang baik agar peningkatan pendapatan dapat memberikan dampak positif terhadap Profitabilitas perusahaan. Walaupun *Debt to Asset Ratio* dan Ukuran perusahaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Nilai perusahaan, pengelolaan aspek keuangan dan operasional tetap harus menjadi perhatian utama guna menjaga stabilitas kinerja perusahaan dan kepercayaan investor. Selain itu, perusahaan perlu terus meningkatkan Pertumbuhan penjualan dan Profitabilitas karena kedua faktor tersebut terbukti mampu meningkatkan Nilai Perusahaan. Dengan kondisi tersebut, perusahaan diharapkan dapat memperkuat posisi kompetitifnya sekaligus meningkatkan minat investor untuk berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

Agusfianto, N, P., Herawati, N., Fariantin, E., Khotmi, H., Maqsudi, A., Murjana, I, M., Jusmarni, Rachmawati, A, T., Hariyanti, Nuryati, Andayani, S, U., dan Nursansiwi, D, A. 2022. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan.* Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).

Agustar, G. A., & Nilawati, Y. J. 2025. *The Effect of Profitability, Leverage, Firm Size, and Sales Growth on Firm Value. Jurnal MANDIRI: Ilmu Pengetahuan, Seni Dan Teknologi*, 9(1), 48 - 56. https://doi.org/10.33753/mandiri.v9i1.318.

Ainayah, Z., & Winarso, B. S. 2024. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas dan Peutaran Kas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pariwisata Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19. *Journal of Advances in Accounting, Economics and Management*, 1(4). https://doi.org/10.47134/aaem.v1i4.389.

Anwar, M. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.

Dana P Turner. *Sampling Methods in Research Design. National Library of Medicine*, 60(1), 8-12. https://doi.org/10.1111/head.13707.

Djaya, T., & Firdausy, C. M. 2023. Pengaruh Pertumbuhan penjualan terhadap Profitabilitas perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(4), 760–769. https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i4.25362.

Fahmi, I. 2014. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.

Fajri, S., Wahyuni, I., & Subaida, I. 2023. *Leverage* dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneurship (JME)*. Vol 2(4): 666 – 684. https://doi.org/10.36841/jme.v2i4.3440.

Fajriah, AL. I. A., & Nadhiroh, U. 2022. Pengaruh Pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan perusahaan dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, v 7(1), 1-12. https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218.

Febiola, D., & Pian TA, S. 2025. Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Pada Perusahaan Industrial Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekuilnomi*, 7(3), 878-889. https://doi.org/10.36985/mh8rr942.

Gama, A, W, S., Mitariani, Ni, W, E., dan Widnyani, Ni, M. 2024. *Kumpulan Teori Bisnis Perspektif Keuangan, Bisnis dan Strategik*. Bandung: PT Nilacakra Publishing House.

Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Z., Martini, R., Arifin, M. A., Masnoni., Sutandi, S., Rinaldi, M., Saktisyahputra., & Anggraini, H. 2024. *Buku ajar metodologi penelitian akuntansi*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia.

Hanafi, M., dan Halim, A. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta (UPP) STIM YKPN.

Harmono. 2014. *Manajemen Keuangan Berbasis balanced scored*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Henry, J., Muhammad, A. A., Hendri, H., & Virna, S. 2024. *Manajemen Keuangan*. Sumatera Barat: CV. AZKA PUSTAKA.

Home, JC., & Wochowicz. 2017. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Jagiyanto, H. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

Kamiliya, Wiryaningtyas, P. D., & Pramitasari, D. T. 2023. Pengaruh Ukuran perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan melalui

Kinerja keuangan pada perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneurship (JME)*. Vol 2(3): 458 – 473. https://doi.org/10.36841/jme.v2i3.3168.

Kasmir. 2017. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Rajawali Pers.

Mahfud, N., Budiandriani, Khairina, R., & Ridhan, R. 2025. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: ANDI.

Miranda, L., Yamasitha, Y., & Muhammad Pondrinal. 2025. Pengaruh Keputusan investasi, Pertumbuhan penjualan dan Struktur modal terhadap Nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur Sub Sektor *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, 2(3), 669–690. https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i3.2034.

Nasti, R. A., & Sari, S. 2025. Pengaruh Ukuran perusahaan, Likuiditas dan *Leverage* terhadap Nilai perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor konsumen primer yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2023. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(4), 8556–8564. https://doi.org/10.31004/jp.v8i4.53655.

Pratiwi, D. D., & Hendayana, Y. 2024. Efek Moderasi Profitabilitas Pada *Leverage* dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023. *Jurnal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 7(5), 1714-1731. https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.11963.

Purbasari, I. 2025. *How Do Financials Fundamentals Shape Firm? Evidence on the Mediating Role of Profitability. The Eastasouth Journal of Social Science and Humanities*, 2(03), 530 – 543. https://doi.org/10.58812/esssh.v2i03.631.

Putri, C. M., & Wiagustini, N. L. P. 2025. Pengaruh *Leverage* dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai pemediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 14(4), 219 - 234. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2025.v14i4.p02.

Riyanto. 2015. *Akuntansi Pemerintah Daerah Berbasis Akrual*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Rudianto. 2009. *Akuntansi Manajemen*. Yogyakarta: Grasindo.

Sakdiyah, W., Wahyuni, I., & Pramitasari, D. T. 2023. Pengaruh *Non Performing Loan* (NPL), dan *Loan to Deposit Ratio* (LDR) terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas pada Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneurship (JME)*. Vol 2(5): 996 – 1010. https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3526.

Santioso. 2025. *The effect of Profitabilitas, Company Size, Sales Growth and Leverage on Firm Value. International Jurnal Of Application On Economics and Business*, 3(1), 299-309. https://doi.org/10.24912/ijaeb.v3i1.299-309.

Sarmanu. 2017. *Dasar Metodologi Penelitian: Kuantitatif. Kualitatif*. dan Statistika. Surabaya: Airlangga University.

Sartono, A. 2015. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi4. Yogyakarta: BPFE.

Sembiring, M. 2020. Pengaruh Pertumbuhan penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Dagang Di BEI. LIABILITIES: *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 3(1), 59-68. https://doi.org/10.30596/liabilities.v3i1.5176.

Sugeng, B. 2017. *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukamulja, S. 2022. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: ANDI.

Utami, N. C. R., Wianto, I. M., & Surasmi, I. A. 2025. *The Effect of Profitability and Firm Size on Firm Value with Capital Structure as a Mediating Variable. International Journal of Economic, Social, and Sustainable Studies*, 6(4). https://doi.org/10.38142/ijesss.v6i4.1442.

Wahyuni, Wahyuni, I., & Subaida, I. 2023. Pengaruh Pertumbuhan penjualan dan *Leverage* terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan Kinerja keuangan sebagai variabel intervening. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneurship (JME)*. Vol 2(6): 1162 – 1180. https://dioi.org.10.36841/jme.v2i6.3541.

Yanuariska, W., Wiryamimgtyas, P. D., & PAriyantiningsih, F. 2023. Pengaruh Likuiditas, dan *Leverage* terhadap Nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneurship (JME)*. Vol 2(5): 979 – 995. https://doi.org/10.36841/jme.v2i5.3525.