

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

¹Siti Nada Nurchalisha*, ²Sri Sulistyowati

¹Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung

² Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung

*Corresponding Author:

sitinadanc@std.unissula.ac.id

Abstrak

Tujuan riset ini ialah menganalisis hubungan antara valuasi perusahaan, profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di BEI di 2019 hingga 2023. Populasi riset ialah 30 industri yang bergerak di industri tersebut. Ada 18 perusahaan disurvei dengan memakai teknik purposive sampling. Data sekunder dipergunakan untuk analisis memakai metode regresi linier berganda. Berdasarkan data tersebut, nilai perusahaan terpengaruhi dengan bersignifikan oleh profitabilitas, tetapi tidak terpengaruhi oleh struktur modal dan pertumbuhan penjualan. Secara umum, nilai perusahaan terpengaruhi oleh ketiga faktor independen sekaligus: struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas.

Kata Kunci: *profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan.*

Abstract

The purpose of this research is to analyse the relationship between firm valuation, profitability, capital structure, and sales growth for food and beverage manufacturing businesses listed on the IDX from 2019 to 2023. Thirty businesses operating in that industry made up the population under investigation. A total of eighteen businesses were surveyed using the purposive sampling technique. Secondary data is used for analysis using multiple linear regression methods. Firm value is significantly affected by profitability, but unaffected by capital structure and sales growth, according to the data. In general, company value is affected by all three independent factors at once: capital structure, sales growth, and profitability.

Keywords: *profitability, capital structure, sales growth, firm value.*

PENDAHULUAN

Fenomena pertumbuhan bisnis terlihat dari tumbuhnya perusahaan baru baik menengah ataupun keatas. Dengan masuknya pendatang baru ke pasar, persaingan makin ketat, memaksa bisnis mapan untuk menaikkan permainan mereka bila ingin sukses. Sebagai entitas ekonomi, perusahaan sering kali memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Sementara kesuksesan jangka panjang ialah tujuan utama, kesuksesan jangka pendek ialah tentang memanfaatkan sebaik-baiknya apa yang dimiliki organisasi. (A. Putri & Syahzuni, 2023). Nilai perusahaan merupakan perkiraan kinerja perusahaan dalam kondisi baik atau buruk berlandaskan manajemen yang dijalankan.

Ditandai dengan adanya kasus yang terjadi sekarang ini, yaitu konflik antara Israel dan Palestina dipicu dengan serangan awal Israel terhadap Gaza, berdampak besar terhadap subsektor makanan dan minuman. Salah satunya, ditandai dengan aksi boikot terhadap produk yang pro Israel. Sejumlah saham perusahaan subsektor makanan dan minuman mampu membantu kenaikan perekonomian Indonesia, di antaranya pada tahun 2022 saham PT Mayora Indah Tbk (MYOR) mencatatkan return 21% potensi kenaikan, kemudian tahun 2023 mengalami kenaikan sejumlah 27% ditandai dengan adanya momen lebaran, yang mengakibatkan masyarakat banyak mencari produk mereka. Selain itu, PT Indofood CBP Tbk juga mengalami kenaikan sejumlah 26% (Liputan6.com, 2024). Perihal ini memperlihatkan yaitu keadaan ini dapat dikelola oleh perusahaan manufaktur di subsektor makanan dan minuman Indonesia.

Profitabilitas suatu perusahaan merupakan komponen terpenting dalam menentukan nilainya. Menurut Wardhani et al. (2021), profitabilitas didefinisikan sebagai kapasitas untuk memaksimalkan laba dalam jangka waktu tertentu. Kenaikan rasio profitabilitas dapat menyebabkan kenaikan kinerja, yang pada gilirannya menaikkan nilai perusahaan dan menarik lebih banyak investor. Nilai suatu perusahaan naik ketika menguntungkan (Nufyar & Mulyani, 2023). Makin baik rasio profitabilitas, makin baik pula potensi perusahaan untuk menciptakan laba. Hasil tersebut selaras terhadap riset (Mayklisyani et al., 2023) dan (S. Wulandari et al., 2021).

Faktor kedua yang memengaruhi nilai industri yakni struktur modal. Mengacu pada (Amrulloh & Amalia, 2020) struktur modal merujuk pada dana yang dikumpulkan dari sumber internal maupun eksternal sebagai pembiayaan kegiatannya. Penggunaan utang yang signifikan bisa menaikkan laba operasi, dan kenaikan harga saham. Hasil riset (Fahlevi & Nazar, 2023) mengemukakan yaitu struktur modal berdampak kepada nilai perusahaan. Makin besar pembiayaan perusahaan dengan hutang makin tinggi nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Sinaga et al., 2022) dan (Risma Nopianti, 2021).

Faktor ketiga, yang memengaruhi nilai industri yakni pertumbuhan penjualan, merupakan tolak ukur penjualan di masa depan, yang memungkinkan perusahaan untuk merencanakan keuntungan laba yang akan diperoleh. Bila pertumbuhan bisnis berjalan dengan baik, bermakna mereka memiliki potensi untuk berkembang dan menaikkan nilai perusahaannya (Cindy Anggraini, 2022). Mengacu pada penelitian (Fajriah et al., 2022) bahwasanya pertumbuhan penjualan berdampak terhadap nilai perusahaan. Apabila penjualan ada kenaikan, diinginkan laba perusahaan turut naik sehingga berimplikasi

kepada nilai perusahaan. Hal ini selaras terhadap riset (Setiawati & Veronica, 2020) dan (Arianti, 2022).

Riset yang dilaksanakan (Nurdin et al., 2023) menjadi dasar riset ini. Penambahan *variable* pertumbuhan penjualan membedakan riset ini dari penelitian referensi. Perihal ini karena, seiring dengan kenaikan penjualan dari tahun ke tahun, perusahaan dapat menciptakan laba yang lebih optimal, yang pada gilirannya memengaruhi kenaikan harga saham dan menarik investor. (Arianti, 2022). Selain itu, riset ini memakai perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman periode 2019- 2023, karena pada 2024 penjualan sektor ini mengalami kenaikan sejumlah 7% yang dapat memengaruhi perkembangan ekonomi nasional, sehingga mampu menciptakan laba yang optimal (Sekretariat Direktorat KPAII, 2024). Kemudian, NPM dan DAR dipergunakan sebagai pengganti indikator nilai perusahaan dan indikator struktur modal, masing-masing, di riset ini. Untuk tahun 2019–2023, riset ini akan melihat bisnis manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI untuk melihat bagaimana faktor-faktor seperti profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Signal

Istilah "teori sinyal" menggambarkan metode yang dipergunakan oleh manajemen untuk mengomunikasikan pandangan mereka tentang masa depan perusahaan kepada investor. (Susila & Prena, 2019). Informasi yang diberikan kepada pemodal harus lengkap, tepat, dan akurat. Teori ini juga menjelaskan yaitu sinyal yang diberikan kepada investor dapat membantu mereka mengenali perbedaan antara industri yang berkualitas tinggi dan yang kurang berkualitas (Setiawati & Veronica, 2020).

Mengacu pada teori signal informasi yang diperoleh pemodal dapat diinterpretasikan sebagai sinyal positif (*good news*) atau sinyal negatif (*bad news*). Kenaikan laba yang dilaporkan oleh perusahaan diinterpretasikan sebagai sinyal positif karena memperlihatkan keadaan perusahaan yang berkualitas. Sebaliknya, penurunan profit dianggap sebagai sinyal negatif karena menandakan keadaan perusahaan menurun (Bagaskara et al., 2021).

Teori Trade Off

Konsep trade-off menjelaskan yaitu manfaat dan risiko dari penggunaan utang dan bagaimana struktur modal dan keterkaitan antara utang dengan modal sendiri (Ummah & Yuliana, 2023). Namun, bila keputusan untuk memakai utang sudah diambil lebih awal, penambahan utang selanjutnya tidak diperbolehkan. Perusahaan dapat terus menambah hutangnya selagi manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya utang.

Teori ini juga menekankan yaitu industri yang tidak memakai utang sama sekali atau sepenuhnya bergantung pada utang mungkin kurang memaksimalkan nilainya (Setiawati & Veronica, 2020).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam hal memaksimalkan pendapatan, profitabilitas merupakan ukuran keberhasilan perusahaan. Pemegang saham akan memperoleh laba ini di kemudian hari (A. A. Putri et al., 2023). Bila perusahaan menciptakan keuntungan dari penjualan dan investasinya, bermakna profitabilitas akan makin membaik dan dapat memperlihatkan kepada pemangku kepentingan yaitu, perusahaan mampu menciptakan laba yang begitu besar. Menurut teori sinyal, tujuan pelaporan laba yang lebih tinggi dalam laporan keuangan ialah untuk memberi harapan kepada investor akan masa depan perusahaan (Cyntia et al., 2024).

Pada riset (Nurdin et al., 2023) yang menegaskan yaitu nilai perusahaan sangat ditingkatkan oleh profitabilitasnya. Kenaikan profitabilitas perusahaan memperlihatkan yaitu perusahaan menciptakan lebih banyak uang atau laba, yang pada gilirannya menaikkan nilai perusahaan. Perihal ini menegaskan apa yang telah diperlihatkan oleh riset lain: bahwasanya profitabilitas memang memengaruhi nilai bisnis (Risma Nopianti, 2021; Ika Kurnia, 2023) antara lain. Maka dari itu, hipotesis penelitian utama ialah:

H1 : Profitabilitas berdampak positif signifikan kepada nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal menggambarkan proporsi finansial industri yang terdiri dari modal yang berasal dari utang jangka panjang dan ekuitas pemegang saham, yang berfungsi sebagai pembiayaan perusahaan. Perusahaan perlu menentukan jumlah utang yang tepat untuk menaikkan nilai perusahaan tanpa menaikkan risiko secara berlebihan (Mayklisyani et al., 2023). Pemanfaatan utang dalam memutuskan struktur modal suatu perusahaan harus diimbangi dengan memikirkan keuntungan dan kerugiannya, menurut teori trade-off. Tagihan pajak yang lebih rendah untuk bisnis merupakan salah satu keuntungan mengambil utang sebagai mekanisme pembiayaan.

Riset tersebut menjelaskan yaitu struktur modal dengan bersignifikan memengaruhi nilai perusahaan (Risma Nopianti, 2021). Makin tinggi tingkat utang, makin tinggi nilai perusahaan, yang pada gilirannya memungkinkan pertumbuhan. Sejalan pada riset (S. Wulandari et al., 2021) dan (Umar & Julia, 2021) menyatakan yaitu struktur modal berdampak positif signifikan kepada nilai perusahaan. Maka, hipotesis kedua dari riset ini ialah:

H2 : Struktur berdampak positif signifikan kepada nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan merujuk kenaikan total penjualan dari satu periode ke periode selanjutnya, seperti yang terlihat dalam laporan laba rugi. Kinerja perusahaan dapat dinilai baik atau buruk berlandaskan kenaikan penjualan yang konsisten setiap tahunnya (Kusmita et al., 2022). Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan terus ada kenaikan, bermakna nilai perusahaan cenderung menaik. Investor memanfaatkan pertumbuhan penjualan sebagai indikator dalam menilai prospek investasi di masa depan.

Berlandaskan teori sinyal, investor menganalisis laporan keuangan untuk mengamati pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun, yang dapat memberi petunjuk mengenai prospek perusahaan. Dengan informasi tersebut, investor bisa menentukan apakah perusahaan memiliki peluang pertumbuhan yang menjanjikan di masa mendatang (Susila & Prena, 2019).

Hasil riset (Dewi & Sujana, 2019) membuktikan yaitu kenaikan penjualan sangat menaikkan nilai bisnis. Sesuai dengan harapan pemilik, nilai perusahaan akan tinggi ketika pertumbuhan penjualan baik dan terus berkembang. Perihal ini mungkin menarik investor untuk menginvestasikan uang mereka ke industri yang dapat menjaga pendapatan mereka tetap stabil dari tahun ke tahun, memberi mereka peluang yang lebih baik untuk merau keuntungan yang lumayan. Temuan ini selaras terhadap riset (Fajriah et al., 2022) dan (Kusmita et al., 2022) ini memperlihatkan yaitu kenaikan penjualan sangat menaikkan nilai perusahaan. Ketiga, kami menguji premis bahwasanya kenaikan penjualan dengan bersignifikan menaikkan nilai perusahaan.

H3 : Pertumbuhan penjualan berdampak positif signifikan kepada nilai perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Riset berikut mempergunakan pendekatan kuantitatif untuk menyelidikannya. Ini ialah salah satu pendekatan pengumpulan data dari sampel yang representatif dan kemudian menarik kesimpulan dari data tersebut memakai analisis numerik atau statistik. Setelah itu. Industri yang terdaftar di BEI yang terlibat dalam pembuatan makanan dan minuman merupakan populasi yang dipilih. Perusahaan-perusahaan di subsektor makanan dan minuman yang memproduksi barang antara tahun 2019 dan 2023 menjadi sampel riset ini, yang memakai pendekatan purposive sampling. Berdasarkan standar-standar berikut:

1. Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan minuman yang telah melaporkan laporan keuangan tahunan secara berturut-turut.
2. Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang mengalami laba.
3. Data yang berkaitan dengan *variable*, baik *variable* dependen maupun independen yang akan diselidiki, tersedia secara lengkap.

Sumber informasi sekunder dipergunakan untuk riset ini. Informasi yang dikumpulkan berasal dari laporan tahunan yang dimuat di situs web BEI (www.idx.co.id) selama rentang waktu lima tahun (2019–2023) bursa tersebut. Dengan demikian, 18 perusahaan dalam periode 5 tahun menjadi sampel riset ini, dan diperoleh jumlah sampel $(n) 18 \times 5$ tahun = 90 sampel.

VARIABLE PENELITIAN

Variable Dependen

Variable dependen di riset ini yakni nilai industri yang diukur dengan memakai rasio *Price to Book Value* (PBV).

Nilai Perusahaan

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

Sumber : (Fitria & Kuraesin, 2022)

Variable Independen

Variable dependen di riset ini yakni profitabilitas (*Net Profit Margin*), struktur modal (*Debt to Asset Ratio*), dan pertumbuhan penjualan.

Profitabilitas

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total penjualan}} \times 100\%$$

Sumber : (Kasmir, 2019)

Struktur Modal

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Sumber : (Kasmir, 2019)

Pertumbuhan Penjualan

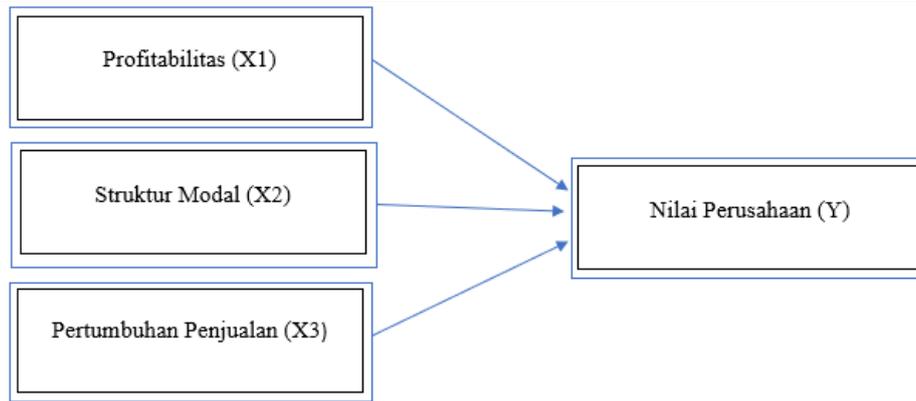
$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}} \times 100\%$$

Sumber ; (Setiawati & Veronica, 2020)

Keterangan :

Penjualan_t = penjualan tahun berjalan

Penjualan_{t-1} = penjualan tahun sebelumnya



Gambar 1. Kerangka Konsep Riset

METODE PENELITIAN

Di riset ini, hipotesis diuji dengan alat analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda. Adapun persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Dengan Keterangan:

- Y = Nilai Perusahaan (PBV)
- α = Konstanta
- $\beta_{1,2,3}$ = Koefisien regresi
- X1 = Profitabilitas (NPM)
- X2 = Struktur Modal (DAR)
- X3 = Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth)
- ϵ = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik

Tabel 1
 Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	90	.00	.38	.1137	.08540
Struktur Modal	90	.04	.71	.3666	.17372
Pertumbuhan Penjualan	90	-.47	.50	.0890	.15621
Nilai Perusahaan	90	.10	29.66	3.4237	4.13553
Valid N (listwise)	90				

Sumber: Data sekunder yang diolah oleh SPSS 26, 2024

Ada

simpangan baku sebesar 0,085 dan rerata 0,113 untuk profitabilitas menurut data pada tabel di atas. Tampaknya tidak ada penyimpangan data pada *variable* profitabilitas, karena simpangan baku tidak melebihi rerata, yaitu 47. *Variable* struktur modal tidak memperlihatkan penyimpangan data dengan nilai rerata 0,366 dan simpangan baku 0,173. Perihal ini menandakan yaitu simpangan baku tidak melebihi rerata. Selanjutnya, kita dapat melihat bahwasanya simpangan baku pertumbuhan penjualan ialah 0,156, yang lebih tinggi dari nilai rerata 0,089, yang memperlihatkan adanya varians data. Dan, nilai perusahaan memiliki rerata sejumlah 3,423 dengan standar 49 deviasi 4,135. Perihal ini memperlihatkan yaitu standar deviasi melampaui rerata, yang mengindikasikan yaitu terjadi penyimpangan data yang relative besar pada *variable* nilai perusahaan.

Hasil Uji Normalitas

Tabel 2
 Uji Normalitas – One Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.49771728
Most Extreme Differences	Absolute	.094
	Positive	.094
	Negative	-.053
Test Statistic		.094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.198 ^c

Sumber : Data sekunder yang diolah oleh SPSS 26, 2024

Hasil uji normalitas memakai Kolmogorov-Smirnov (K-S) memperoleh tingkat signifikansi sejumlah 0,198. Data dianggap berdistribusi normal, bila tingkat signifikansinya $> 0,05$. Hasil uji ini memperlihatkan 0,198 $> 0,05$, bermakna data dinyatakan berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3
 Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.874	.568			
	Profitabilitas	3.412	1.322	.309	.860	1.163
	Struktur Modal	-.527	.386	-.164	.857	1.167
	SQRT_Pertumbuhan Penjualan	-.775	.784	-.110	.993	1.007

a. Dependen Variable: SQRT_Nilai Perusahaan
 Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26, 2024

Berlandaskan, tabel 3 hasil pengujian memperlihatkan yaitu tidak terdapat multikolinearitas karena setiap nilai VIF berada di bawah 10 serta angka toleransi di atas 0,10. Nilai VIF tertinggi sejumlah 1,167 masih di bawah 10, sementara angka toleransi terendah sejumlah 0,857 lebih dari atau sama dengan 0,10. Angka-angka ini mengindikasikan yaitu multikolinearitas tidak terjadi, sehingga persamaan tersebut dapat diterapkan.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.536	.273		1.962	.054
	Profitabilitas	-1.269	.643	-.231	-1.975	.052
	Inv. Struktur Modal	-.015	.009	-.184	-1.578	.119
	SQRT_Pertumbuhan Penjualan	.072	.408	.020	.175	.861

c. Dependen Variable: AbsUt

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26, 2024

Berlandaskan tabel 4 hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan yaitu nilai signifikansi setiap *variable* melampaui 0,05 atau 5%. Dengan demikian, berkesimpulan yaitu riset ini bebas dari masalah heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal ialah model yang terpenuhi asumsi homoskedastisitas, bukan yang memiliki heteroskedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 5
Uji Autokorelasi – Uji Run Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.07865
Cases < Test Value	35
Cases >= Test Value	36
Total Cases	71
Number of Runs	35
Z	-.357
Asymp. Sig. (2-tailed)	.721
a. Median	

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26, 2024

Merujuk tabel 5 hasil uji autokorelasi mengindikasikan angka asymp.sig (2-tailed) sejumlah 0,721, yang melampaui 0,05. Sebab itu, berkesimpulan yaitu tidak terdapat autokorelasi di riset ini. Model regresi yang baik ialah model yang terbebas dari autokorelasi.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	.568		3.297	.002
	Profitabilitas	3.412	1.322	.309	2.581	.012
	Struktur Modal	-.527	.386	-.164	-1.363	.177
	SQRT_Pertumbuhan Penjualan	-.775	.784	-.110	-.989	.326

d. Dependen Variable: SQRT_Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26, 2024

Berlandaskan hasil analisis regresi linier berganda yang tercantum pada Tabel 4.10, persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan yakni:

$$Y = 1,874 + 3,412 \cdot X_1 - 0,527 \cdot X_2 - 0,775 \cdot X_3 + \epsilon$$

Persamaan diatas memperlihatkan yaitu :

1. Konstanta (a) bernilai sejumlah 1,874 dengan tingkat signifikansi sejumlah 0,002. Nilai positif ini mengindikasikan ditemukan korelasi yang searah antara *variable* independen dan *variable* dependen. Artinya, bila *variable* independen, yaitu Profitabilitas (X1), Struktur Modal (X2), dan Pertumbuhan Penjualan (X3), bernilai nol atau tetap, bermakna Nilai Perusahaan akan berada pada angka 1,874.
2. Koefisien Profitabilitas (β1) bernilai positif sejumlah 3,412. Ini memperlihatkan yaitu Profitabilitas memberi pengaruh positif kepada nilai Perusahaan. Istilah lainnya, kenaikan Profitabilitas bisa mendorong kenaikan Nilai Perusahaan.
3. Koefisien Struktur Modal (β2) nilainya negatif sejumlah 0,527 yang memperlihatkan yaitu Struktur Modal memengaruhi negatif kepada nilai Perusahaan. Istilah lainnya, kenaikan Struktur Modal bisa menyebabkan penurunan Nilai Perusahaan
4. Koefisien Struktur Modal (β2) nilainya negatif sejumlah 0,527 yang memperlihatkan yaitu Struktur Modal memengaruhi negatif kepada nilai Perusahaan. Istilah lainnya, kenaikan Struktur Modal bisa menyebabkan penurunan Nilai Perusahaan.

Hasil Uji F atau Simultan

Tabel 5
Uji F atau Simultan

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	3.598	3	1.199	4.634	.005 ^b
	Residual	17.341	67	.259		
	Total	20.938	70			
a. Dependent Variable: SQRT						
b. Predictors: (Constant), SQRT_Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Modal						

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26, 2024

Berlandaskan tabel 7 diatas, bermakna diperoleh nilai signifikan sejumlah $0,005 < 0,05$ (taraf signifikansi) bermakna bisa dimaknai bahwasanya secara simultan *variable* independen (Profitabilitas, Struktur Modal, dan Pertumbuhan Penjualan) berdampak signifikan kepada *variable* dependen (Nilai Perusahaan).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.135	.50874
a. Predictors: (Constant), SQRT_Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Modal				
b. Dependent Variable: SQRT Nilai Perusahaan				

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26, 2024

Merujuk tabel di atas, nilai Adjusted R Square ialah 0,135 atau 13,5%. Perihal ini bermakna bahwasanya secara keseluruhan, Profitabilitas (NPM), Struktur Modal (DAR), dan Pertumbuhan Penjualan memengaruhi Nilai Perusahaan (PBV) sejumlah 13,5%, sementara sisanya, yaitu 86,5%, terpengaruhi oleh *variable* diluar yang diselidiki.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 9
Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	.568		3.297	.002
	Profitabilitas	3.412	1.322	.309	2.581	.012
	Struktur Modal	-.527	.386	-.164	-1.363	.177
	SQRT_Pertumbuhan Penjualan	-.775	.784	-.110	-.989	.326

a. Dependen Variable: SQRT_Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder yang diolah SPSS 26, 2024

Berlandaskan hasil analisis uji t yang tercantum pada tabel diatas, berkesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis uji t memperlihatkan yaitu koefisien regresi *variable* Profitabilitas (X1) bernilai sejumlah 3,412 dengan arah positif serta tingkatan sig. 0,012 ($< 0,05$). Perihal ini mengindikasikan yaitu Profitabilitas memengaruhi positif dan signifikan kepada nilai Perusahaan. Dengan demikian, berkesimpulan yaitu Ha1 diterima dan H0 ditolak. Sebab itu, hipotesis pertama “Profitabilitas berdampak positif dan signifikan kepada nilai Perusahaan”.
2. Hasil analisis uji t memperlihatkan yaitu koefisien regresi *variable* Struktur Modal (X2) bernilai sejumlah -0,527 dengan arah negatif serta tingkatan sig. 0.177 ($> 0,05$). Perihal ini mengindikasikan Struktur Modal memengaruhi negatif dan tidak signifikan kepada nilai Perusahaan. Dengan demikian, berkesimpulan Ha2 ditolak dan H0 diterima. Sebab itu, hipotesis kedua “Struktur Modal berdampak negatif dan tidak signifikan kepada nilai Perusahaan”.
3. Hasil analisis uji t memperlihatkan yaitu koefisien regresi *variable* Pertumbuhan Penjualan (X3) bernilai sejumlah -0, 775 dengan arah negatif serta tingkatan sig. 0. 326 ($> 0,05$). Perihal ini mengindikasikan Pertumbuhan Penjualan memengaruhi negatif dan tidak signifikan kepada nilai Perusahaan. Dengan demikian, berkesimpulan Ha3 ditolak dan H0 diterima. Sebab itu, hipotesis ketiga “Pertumbuhan Penjualan berdampak negatif dan tidak signifikan kepada nilai Perusahaan”.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan penelitian memperlihatkan yaitu profitabilitas dengan bersignifikan dan positif memengaruhi nilai perusahaan. Maka dari itu, hipotesis nol (Ha1) harus benar. Di sini, kami memakai rasio NPM untuk mengukur *variable* ini, yang memperlihatkan seberapa

baik bisnis dapat menciptakan laba dari penjualan tahunannya. Ketika perusahaan mampu mencapai penjualan tinggi secara konsisten, laba yang dihasilkan juga menaik (B. Wulandari et al., 2021). Mengacu pada teori sinyal, kenaikan laba memberi pesan positif kepada investor untuk menanamkan modal mereka di masa mendatang. Sebaliknya, penurunan profitabilitas dapat memengaruhi dividen yang dibayarkan, sehingga mengurangi potensi keuntungan bagi investor. Laba yang tinggi mengindikasikan prospek bisnis yang cerah, menarik minat investor, dan pada akhirnya menaikkan permintaan saham serta nilai perusahaan (Ika Kurnia, 2023).

Hasil riset ini tidak selaras terhadap hasil riset (Mahanani & Kartika, 2022) dan (Kasman & Utami, 2023) menyebutkan profitabilitas tidak berdampak kepada nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil riset (Nurdin et al., 2023), (Risma Nopianti, 2021) dan (Ika Kurnia, 2023) yang menyebutkan yaitu profitabilitas berdampak positif signifikan kepada nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berlandaskan hasil riset, struktur modal memengaruhi negatif yang tidak signifikan kepada nilai perusahaan. Sebab itu, hipotesis kedua (Ha2) ditolak. Struktur modal diukur memakai rasio *Debt to Asset Ratio* (DAR). Penelitian ini, rerata rasio DAR tercatat sejumlah 36,6%, yang memperlihatkan yaitu perusahaan-perusahaan di subsektor ini membiayai asetnya dengan memakai utang dan sisanya 63,4% dibiayai oleh ekuitas. Namun nilai industri yang diukur dengan PBV kurang relevan bagi industri yang utangnya relatif tinggi, bermakna hasil riset ini memperlihatkan yaitu struktur modal tidak berdampak kepada nilai perusahaan (Agustin & Wahyuni, 2020).

Ide trade-off menyatakan yaitu perusahaan memiliki peluang yang jauh lebih tinggi untuk kehilangan uang bila memakai lebih banyak utang untuk membiayai operasinya. Perusahaan dalam industri ini sangat rentan terhadap efek pengurangan nilai dari struktur modal yang tidak efisien. Penurunan nilai industri yang disebabkan oleh utang yang besar membuat investor waspada terhadap perusahaan (Nurdin et al., 2023)

Penelitian oleh Risma Nopianti (2021) dan S. Wulandari et al. (2021) memperlihatkan yaitu struktur modal dengan bersignifikan menaikkan nilai perusahaan, yang bertentangan dengan temuan riset ini. Namun, riset ini selaras terhadap riset (Mayklisyani et al., 2023), (Waskito, 2023) dan (Mahanani & Kartika, 2022) mengemukakan yaitu struktur modal tidak berdampak kepada nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Riset ini menemukan yaitu kenaikan penjualan memiliki dampak yang kecil namun negatif terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu, kita dapat menyimpulkan yaitu Ha3 tidak benar. Pertumbuhan penjualan yang baik pada subsektor ini berada kisaran > 40% (mae, 2024). Pertumbuhan ini dihitung berlandaskan pendapatan perusahaan sebelum dikurangi berbagai biaya lainnya. Rerata hasil riset di perusahaan ini memperlihatkan angka 8,9%, yang masih di bawah 40%. Bila pertumbuhan penjualan tidak diimbangi dengan pengelolaan biaya yang efisien atau margin laba yang tinggi, laba yang dihasilkan mungkin tidak cukup untuk menaikkan nilai perusahaan.

Mengacu pada teori sinyal, penurunan penjualan bisa menyebabkan laba yang dihasilkan relatif rendah, dapat memberi sinyal negatif kepada investor. Sebab itu, investor tidak hanya perlu memperhatikan tingkat pertumbuhan pendapatan tahunan perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan fluktuasi penjualan. Ketidakstabilan ini bisa menimbulkan keraguan pemodal untuk berinvestasi tambahan, bermakna dampaknya kepada nilai perusahaan menjadi rendah (Mustafid & Sutandijo, 2023).

Hasil riset ini tidak selaras terhadap penelitian (Dewi & Sujana, 2019) dan (Fajriah et al., 2022) yang menyebutkan yaitu Pertumbuhan penjualan berdampak positif signifikan kepada nilai perusahaan. Namun, selaras dengan penelitian (Tamba et al., 2020), (Agustin & Wahyuni, 2020), dan (Mustafid & Sutandijo, 2023) menyebutkan yaitu pertumbuhan penjualan tidak berdampak kepada nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berlandaskan temuan penelitian dan analisis yang dilakukan, berkesimpulan yaitu profitabilitas mempunyai pengaruh positif signifikan kepada nilai perusahaan. Ini memperlihatkan yaitu adanya kenaikan laba selama periode boikot 2022–2023, yang didorong oleh penjualan yang stabil, sehingga menciptakan kenaikan laba yang signifikan serta mengakibatkan tingginya harga saham perusahaan. Sebaliknya struktur modal dan Pertumbuhan penjualan tidak berdampak kepada nilai perusahaan, memperlihatkan yaitu adanya krisis ekonomi akibat pandemi sehingga membuat perusahaan bergantung pada utang sebagai sumber pendanaan untuk menjaga kegiatan operasional. Dan mengakibatkan penurunan penjualan sehingga laba perusahaan menurun, sementara biaya operasionalnya tinggi.

Riset ini memiliki keterbatasan, salah satunya jumlah sampel yang terbatas pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar BEI yang mengakibatkan hasil uji koefisien determinasi memberi pengaruh yang kecil, mengakibatkan permasalahan pada uji normalitas. Untuk mengatasinya, data outlier harus dikeluarkan hingga tiga kali, kemudian ditransformasi memakai metode SQRT (Square Root) agar nilai signifikansi menjadi $> 0,05$. Selain itu, terdapat masalah pada uji heteroskedastisitas, yang diatasi dengan melakukan pengujian ulang melalui invers *variable* struktur modal. Untuk penelitian mendatang, disarankan mengganti objek dengan perusahaan lain, seperti perusahaan pertambangan yang terdaftar BEI, menghindari penggunaan periode pengamatan selama masa krisis ekonomi, dan sebaiknya memilih periode 2021–2024 atau 4 tahun mendatang, serta menambahkan *variable* kebijakan dividen dan keputusan investasi, guna memperoleh hasil yang berbeda komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Perumbuhan Penjualan, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–15.
- Amrulloh, A., & Amalia, A. D. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(2), 167. <https://doi.org/10.36080/jak.v9i2.1421>
- Arianti, B. F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1845>
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan The effect of profitability , leverage , firm size and managerial ownership on firm value. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Cindy Anggraini, W. A. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 20–29. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3501>
- Cyntia, N., Utami, R., Bagus, I., Astika, P., Bebas, A. K., Perusahaan, N., & Bebas, K. (2024). *Profitabilitas, Arus Kas Bebas, dan Nilai Perusahaan*. 1053–1064.
- Dewi, I. A. P. T., & Sujana, I. K. (2019). Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 26, 85. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p04>
- Fahlevi, A., & Nazar, M. R. (2023). Pengaruh Kebijakan Hutang, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 698–713. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3059>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Fitria, D., & Kuraesin, A. D. (2022). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016 - 2020). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 775–782. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2552>
- Ika Kurnia, F. A. (2023). Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai

Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.

- Kasman, N. A., & Utami, E. S. (2023). *AKUISISI : Jurnal Akuntansi ONLINE ISSN : 2477-2984 – PRINT ISSN : 1978-6581 Pengaruh ROE , ROA , NPM Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Textil Dan Garmen Universitas Mercubuana Yogyakarta , Kota Yogyakarta , Indonesia E-mail : AKUISISI : Jur. 19(02), 217–226.*
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok.
- Kusmita, F. R., Norisanti, N., & Saori, S. (2022). The Effect Of Sales Growth And Profitability On Company Value Of The Transportation Sub-Sector During The Covid-19 Pandemic (Financial Study On The Transportation Sub-Sector Listed On The IDX). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2062–2075. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Liputan6.com. (2024). *Menakar dampak konflik Iran-Israel terhadap Bursa Saham Indonesia*. <https://www.liputan6.com/saham/read/5575903/menakar-dampak-konflik-iran-israel-terhadap-bursa-saham-indonesia?page=2>
- Mahanani, H. T., & Kartika, A. (2022). Pengaruh struktur modal, likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 360–372. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.2280>
- Mayklisyani, I., Wiyono, G., & Kusumawardhani, R. (2023). Pengaruh Profitabilitas , Struktur Modal , (Studi Empiris Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01), 1–13.
- Mustafid, A., & Sutandijo, S. (2023). Pengaruh Peghindaran Pajak, Pertumbuhan Penjualan dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *InFestasi*, 19(2), 125–133. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v19i2.21805>
- Nurdin, E., Fitriaman, F., & Nur Aqurat, W. (2023). Empirical testing of capital structure and profitability as mechanisms to enhance firm value. *Jurnal ASET (AKUNTANSI Riset)*, 15(2), 221–228. <https://ejournal.upi.edu/index.php/aset/article/view/60375>
- Putri, A. A., Handajani, L., & Hudaya, R. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance, Capital Expenditure, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 386–400. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i2.4145>
- Putri, A., & Syahzuni, A. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 983–993.

<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.5108>

- Risma Nopianti, dan S. (2021). Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sekretariat Direktorat KPAIL. (2024). *Awali Tahun 2024, Optimisme Industri Pengolahan Tertinggi*. Awali Tahun 2024, Optimisme Industri Pengolahan Tertinggi
- Setiawati, M., & Veronica, E. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Risiko Bisnis, Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Likuiditas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sektor Jasa Periode 2016-2018. *Jurnal Akuntansi*, 12(2), 294–312. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i2.2538>
- Sinaga, A. N. L., Lie, D., Inrawan, A., & Nainggolan, C. D. (2022). Pengaruh Struktur Aset, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Pulp Dan Kertas Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 8(1), 83–93. <https://doi.org/10.37403/financial.v8i1.397>
- Susila, M. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 80. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941>
- Tamba, E. C., Pandiangan, L., Ginting, R. N., & Sitepu, W. R. B. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Likuiditas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 485. <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.294>
- Umar, H., & Julia. (2021). Determinan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 2(1), 25–39. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/jago>
- Ummah, D. R., & Yuliana, I. (2023). Liquidity Relations, Current Ratio, Profitability, Gender Diversity, Company Size, and Company Value: Studies in Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 27(1), 81–95. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i1.9169>
- Waskito, A. N. B. D. B. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *JURNAL ILMIAH KOMPUTERISASI AKUNTANSI*, 16(1), 110–119.
- Wulandari, B., Albert, A., Harianto, F., & Sovi, S. (2021). Pengaruh DER, ROE, SG, NPM, CR, DPR terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri yang terdaftar di BEI. *Owner*, 5(1), 96–106. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.326>

Wulandari, S., Masitoh W, E., & Siddi, P. (2021). Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan. *Akuntabel*, 18(4), 753–761.
<https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9941>