

PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR 2020-2023

Lutvia Wahyu Utami
lutviawahyu221@gmail.com
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Ida Subaida
ida_subaida@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

Ardhya Yudistira Adi Nanggala
ardhya_nanggala@unars.ac.id
Universitas Abdurachman Saleh
Situbondo

ABSTRACT

The food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) is one of the fastest-growing industries, contributing significantly to the national economy. This study aims to examine the influence of profitability, sales growth, and firm size on firm value, both directly and indirectly through capital structure as an intervening variable. The research focuses on food and beverage companies listed on the IDX from 2020 to 2023. A quantitative method with a descriptive approach was employed, utilizing purposive sampling to select nine companies as the research sample. The data were obtained from annual financial reports available on the official IDX website. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. The findings reveal that profitability has a negative and significant effect on capital structure; sales growth has a negative but insignificant effect on capital structure; firm size has a negative but insignificant effect on capital structure; profitability has a negative but insignificant effect on firm value; sales growth has a positive and significant effect on firm value; firm size has a negative and significant effect on firm value; capital structure has a positive and significant effect on firm value. Furthermore, profitability, sales growth, and firm size each have negative but insignificant effects on firm value when mediated by capital structure.

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

I. PENDAHULUAN

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2023. Pemilihan periode tersebut bertujuan untuk memperoleh gambaran terkini terkait variabel independen dan dependen yang diteliti. Laporan keuangan perusahaan yang telah *Go public* dapat diakses secara bebas, sehingga memudahkan pengumpulan data. Peneliti menemukan bahwa terdapat 23 laporan keuangan perusahaan yang konsisten selama periode tersebut, yang digunakan sebagai dasar dalam pengembangan penelitian ini. Alasan pemilihan perusahaan makanan dan minuman

adalah karena pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia mendorong peningkatan permintaan di sector ini, sehingga banyak perusahaan bermunculan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, sekaligus menarik minat investor melalui kualitas produk dan potensi pasar yang menjanjikan.

Fenomena yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah adanya perusahaan yang menunjukkan peningkatan *Profitabilitas* secara konsisten pada saat pandemi covid-19. Penelitian memilih perusahaan makanan dan minuman sebagai objek penelitian karena berdasarkan data laporan keuangan yang diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia terlihat

adanya peningkatan *Profitabilitas* selama Priode 2020-2023. Salah satu contohnya PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO). Laba bersih pada tahun 2020 mencatat penjualan sebesar Rp. 494 Miliar dengan laba bersih Rp. 64,7 Miliar. Selain itu, CLEO membukukan pertumbuhan penjualan bersih tahunan sebesar 13,45% dari Rp. 972,63 Miliar pada tahun 2020 menjadi Rp. 1,10 Triliun pada tahun 2021. Dengan target pertumbuhan hingga 30% pada tahun 2022 dan 2023, Pendapatan CLEO diproyeksikan mencapai Rp. 1,43 Triliun. Jadi laporan keuangan perusahaan mengalami kenaikan atau memperoleh laba yang terus menerus bertambah setiap tahunnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Keuangan

Pada suatu perusahaan dalam memperoleh dana serta mengelola asset agar selaras dengan tujuan organisasi dikenal sebagai manajemen keuangan. Menurut Fahmi (2018:2) “Manajemen keuangan merupakan perpaduan antara ilmu pengetahuan dan seni yang secara menyeluruh, menganalisis, dan mempertimbangkan bagaimana seorang manajer keuangan memanfaatkan seluruh sumber daya perusahaan untuk memperoleh dan mendistribusikan dana guna mendorong pertumbuhan perusahaan.

Menurut Irfani (2020:11) mengemukakan bahwa “Manajemen keuangan merupakan aktivitas yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk dalam hal pencarian serta pemanfaatan dana secara efektif dan

efisien guna mencapai tujuan perusahaan”. Sementara itu, menurut Kariyato (2018:3), “Manajemen keuangan merupakan kombinasi antara seni dan ilmu yang mempelajari serta menganalisis peran manajer keuangan dalam mengoptimalkan seluruh sumber daya perusahaan untuk memperoleh dan mendistribusikan dana dengan tujuan memperoleh laba”.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan atau entitas bisnis untuk menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya dalam periode tertentu. Kasmir (2019:196) menyebutkan bahwa “*Profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan”. Sementara itu, menurut Hery (2015:227) “*Profitabilitas* merupakan rasio yang mencerminkan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan seluruh sumber daya dan kemampuan yang dimiliki, baik dari aktivitas penjualan maupun penggunaan modal”.

Menurut Salim (2010:85) terdapat beberapa cara untuk mengukur *Profitabilitas*, diantaranya adalah:

1) Hasil Pengembalian Atas Aset (*Return on Assets*)

Menurut Salim (2010:85) “*Return on Asset (ROA)* adalah jumlah laba bersih yang diperoleh oleh seorang perusahaan selama menjalankan bisnis”. Rumus menghitung ROA ialah:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Keterangan:

Laba Bersih : *Profit netto* yang didapatkan perusahaan dalam satu periode sesudah dikurangi pajak

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

Pertumbuhan Penjualan

Kasmir (2017:107) menjelaskan bahwa “Rasio pertumbuhan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah perkembangan ekonomi serta industrinya”. Selain itu, Kasmir (2017:05) juga menyatakan bahwa “Penjualan merupakan jumlah total pendapatan yang diperoleh dari barang dan jasa yang telah terjual, baik dalam bentuk satuan maupun nilai uang, dan hal ini menjadi indikator penting dalam analisis kinerja perusahaan”. Sementara itu, menurut Harahap (2018:310) “Perbandingan Pertumbuhan penjualan menunjukkan persentase kenaikan penjualan dari tahun sebelumnya ke tahun berjalan, yang mencerminkan adanya peningkatan kinerja penjualan perusahaan”.

Rumus untuk menghitung Pertumbuhan penjualan menurut Home dan Warchiwicz (2017:21) sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{Sales t} - \text{Sales t-1}}{\text{Sales t-1}}$$

Keterangan:

Sales t : Penjualan tahun ini

Sales t-1 : Penjualan tahun lalu

Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2014:313) “Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai indikator yang menunjukkan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan, dilihat dari jumlah ekuitas, Nilai perusahaan, maupun total aset yang dimiliki”. Secara umum, ukuran perusahaan mencerminkan besarnya total ekuitas, aset yang dikuasai, dan pendapatan dari penjualan yang diperoleh. Perusahaan yang memiliki ukuran besar biasanya memiliki posisi yang lebih mapan di pasar modal, sehingga lebih mudah mengakses sumber pendanaan. Selain itu, perusahaan besar cenderung tidak terlalu bergantung pada pembiayaan eksternal. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk lebih optimal dalam memperoleh keuntungan dan meningkatkan Nilai perusahaan.

Jogiyanto (2017:282) menjelaskan bahwa “Ukuran perusahaan juga dapat dihitung dengan cara menerapkan logaritma natural terhadap total aset perusahaan”, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran perusahaan (Firm Size)} = \ln \frac{\text{Total Aset}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan:

Ukuran perusahaan : Besar kecilnya suatu perusahaan (*Firm Size*)

Ln Total Aset : Ukuran perusahaan dipakai dengan ukuran aset yang diukur sebagai

logaritma dari
total aset

Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017:5) mengemukakan bahwa “Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki secara optimal, dan hal ini sering tercermin dalam harga saham”. Sementara itu, menurut Indriani (2019:2), “Nilai perusahaan merupakan persepsi pemegang saham terhadap seberapa berhasil manajemen dalam mengelola aset yang dipercayakan kepada mereka, yang umumnya dinilai dari pergerakan harga saham”.

Berikut cara yang dapat mengukur Nilai perusahaan yaitu:

1) *Price to book Value* (PBV)

Brigham dan Houston (2018:145) menyatakan bahwa “Rasio harga terhadap nilai buku merupakan rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai bukunya. Rasio ini digunakan untuk menilai sejauh mana investor menghargai saham berdasarkan nilai buku perusahaan. Umumnya, saham yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi namun nilai bukunya rendah akan menunjukkan rasio PBV yang tinggi, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham tersebut melebihi nilai akuntansinya”. Menurut Brigham dan Houston (2018:145) *Price to book value* (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar}}{\text{Nilai Buku Ekuitas Per Lembar}}$$

Keterangan:

Harga : Harga yang diterapkan pasar oleh suatu perseroan saham atau emiten terhadap surat kepemilikan saham di sebuah perseroan

Nilai : Nilai yang akan di dapat buku pemilik saham apabila perusahaan tersebut harus dilikuiditas (dijual)

Struktur Modal

Menurut Sudana (2014:143) menyatakan bahwa “Struktur modal bentuk pembiayaan jangka panjang perusahaan yang dihitung dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dan ekuitas”. Sementara itu, menurut Triyonowati dan Maryam (2022:52), “Struktur modal menggambarkan keseimbangan dalam sumber pendanaan perusahaan, yakni antara dana yang berasal dari liabilitas jangka panjang dan modal sendiri yang digunakan untuk mendukung operasional perusahaan”. Sedangkan menurut, Siswanto (2021:86) juga menjelaskan bahwa “Struktur modal merupakan susunan keuangan perusahaan yang memperlihatkan proporsi antara modal sendiri dan utang jangka panjang dalam pendanaan usaha”.

Menurut Kasmir (2019:158), evaluasi terhadap Struktur modal dapat dilakukan melalui berbagai rasio atau ukuran keuangan tertentu.

1) *Debt To Equity Ratio* (DER)

Rasio ini untuk mengukur pertimbangan hutang yang dimiliki oleh perusahaan dengan besarnya modal sendiri.

Adapun rumus yang digunakan untuk penelitian ini yaitu:

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Keterangan:

Total Utang : Seluruh kewajiban yang harus dibayarkan secara tunai ke pihak lain dalam waktu tertentu

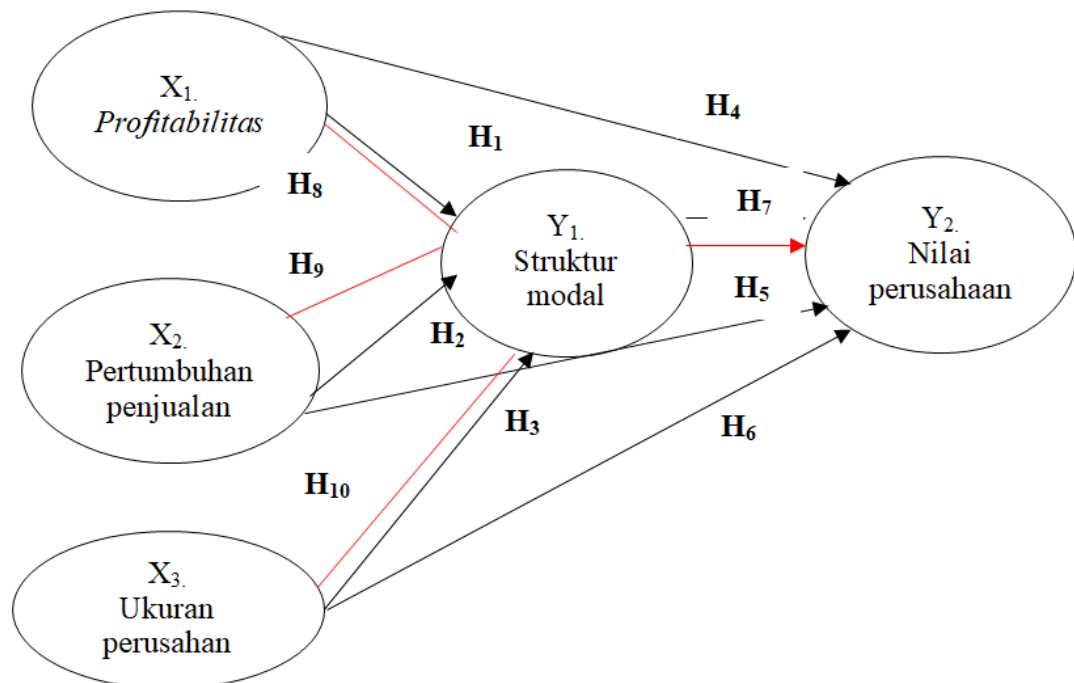
Total Ekuitas : Total aktiva suatu perusahaan setelah dikurangi seluruh kewajiban.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan rancangan ide atau gagasan yang menjelaskan hubungan antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi dalam suatu permasalahan penelitian. Sugiyono (2017:128) menjelaskan bahwa

“Kerangka konseptual menggambarkan keterkaitan yang sistematis antara variabel bebas independen dan variabel terikat dependen”. Berdasarkan uraian latar belakang serta rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara sejumlah variabel independen dan dependen yang telah ditentukan.

Kerangka konseptual di dalam penelitian ini: profitabilitas (X_1), Pertumbuhan penjualan (X_2), dan Ukuran perusahaan (X_3) sebagai variabel bebas, Nilai perusahaan (Y_2) sebagai Variabel terikat, dan Struktur modal (Y_1) sebagai variabel Intervening. Berikut ini merupakan Gambar Kerangka Konseptual penelitian ini, yaitu:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Hipotesis

- H₁ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.
- H₂ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.
- H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.
- H₄ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan
- H₅ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.
- H₆ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan
- H₇ : Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.
- H₈ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.
- H₉ : Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.
- H₁₀ : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal.

III. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah merupakan suatu perencanaan yang disusun secara sistematis sebelum pelaksanaan penelitian, dengan

tujuan untuk mencapai hasil penelitian secara efisien dan efektif. Rancangan ini mencakup elemen-elemen penting seperti rumusan pertanyaan penelitian, hipotesis, pendekatan atau metode yang digunakan, serta identifikasi populasi atau sampel yang menjadi objek kajian. Menurut Sugiyono (2019:2), “Rancangan penelitian adalah pedoman yang disusun untuk mengarahkan proses pelaksanaan suatu penelitian”. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dan dianalisis untuk mengevaluasi pengaruh variabel *Profitabilitas*, *Pertumbuhan penjualan*, dan *Ukuran perusahaan* terhadap *Nilai perusahaan*, dengan *Struktur modal* sebagai variabel intervening, pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat Penelitian

Tempat penelitian adalah sumber di mana peneliti memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan untuk mendukung kajiannya. Pemilihan lokasi diharapkan dapat memberikan temuan yang relevan dan bermakna bagi penelitian. Dalam studi ini, pengumpulan data tidak dilakukan secara langsung di lapangan, melainkan melalui data sekunder yang diperoleh dari situs resmi masing-masing perusahaan makanan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian menggambarkan rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan proses pengumpulan data dalam suatu studi. Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan, dimulai dari bulan Februari hingga April, dengan tujuan memperoleh data dan informasi yang diperlukan. Selama periode tersebut, peneliti melakukan berbagai aktivitas seperti observasi, studi literatur, pengumpulan dokumentasi, serta analisis data hingga diperoleh hasil akhir penelitian.

Populasi Dan Sampel

Sugiyono (2019:80) menyatakan bahwa “Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek yang berada dalam suatu area tertentu dan memiliki karakteristik khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti serta dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan”. Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup 23 perusahaan sektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020 hingga 2023.

Menurut Sugiyono (2019:81), “Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Dalam studi ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Sugiyono (2019:85) menjelaskan bahwa “*Purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel

berdasarkan kriteria atau pertimbangan khusus”. Teknik ini digunakan karena tidak semua anggota populasi memenuhi syarat yang relevan dengan topik yang diteliti. Dari hasil seleksi tersebut, jumlah data sampel ditentukan berdasarkan laporan keuangan selama periode 2020 hingga 2023. Dengan demikian, total sampel dalam penelitian ini adalah 9 perusahaan dikalikan 4 tahun, yaitu sebanyak 36 data.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menjadi aspek yang sangat krusial. Berikut adalah teknik yang diterapkan dalam penelitian :

1. Observasi
2. Studi Pustaka
3. Dokumentasi

Metode Analisis Data

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

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk menyusun dan menjelaskan data secara terstruktur, sehingga informasi yang diperoleh dapat dengan mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tahapan ini mencakup pengolahan data dalam bentuk yang ringkas dan efisien, guna mempermudah pembacaan

serta analisis secara menyeluruh. Objek penelitian ini terdiri dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini mengevaluasi pengaruh sejumlah variabel, antara lain *profitabilitas*, Pertumbuhan penjualan, Ukuran perusahaan, Struktur modal, dan Nilai perusahaan. Sebanyak 9 perusahaan dari sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dipilih sebagai sampel penelitian.

Uji Asumsi Klasik **Multikolinieritas**

Pemeriksaan multikolinieritas dapat dilakukan dengan mengamati nilai *Collinearity Statistics* (VIF) yang tercantum pada bagian "*Inner VIF Values*" dari hasil analisis menggunakan aplikasi *partial least square Smart PLS* 3.0.

Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menilai apakah distribusi data pada setiap variabel dalam penelitian mendekati bentuk distribusi normal, yakni tidak terlalu jauh menyimpang dari nilai median. Penyimpangan yang signifikan dapat meningkatkan nilai standar deviasi. Data dianggap

memenuhi asumsi normalitas apabila nilai Skewness dan Kurtosis berada dalam kisaran $-2,58$ hingga $2,58$ ($-2,58 < CR < 2,58$).

Uji Goodness Of Fit (GOF)

Uji goodness of fit (GOF) pada prinsipnya bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah distribusi data dari sampel mengikuti sebuah distribusi teoritis atau tidak. Menurut Ghazali (2018:82) *Goodness of fit* dikembangkan untuk mengevaluasi model pengukuran dan struktural, serta memberikan pengukuran sederhana untuk keseluruhan kualitas prediksi model. Dengan demikian, metode ini membantu dalam menilai kesesuaian dan keakuratan model secara menyeluruh.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tiga ukuran fit model yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika SMRS (*Standardized Root Mean Square Residual*) nilai yang diharapkan ≤ 0.09 maka dikatakan fit.
- 2) Jika *Chi-Square* nilai yang diharapkan kecil maka dikatakan fit.
- 3) Jika NFL (*Normed Fit Index*) nilai yang diharapkan ≥ 0.5 atau (mendekati angka 1) maka dikatakan fit.

Tabel 1.
Uji Goodness Of Fit (GOF)

	Saturated Model	Estimated Model	Cut Off	Keterangan Model
SRMS	0,000	0,000	< 0.10	Good fit
d-ULS	0,000	0,000	>0.05	Marginal Fit
d-G	0,000	0,000	>0.05	Marginal Fit
Chi-Square	0,000	0,000	Diharapkan kecil	Good Fit
NFL	1,000	1,000	>0,9 (mendekati 1)	Good Fit

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana model regresi dapat menjelaskan variasi dari variabel

dependen. Pengujian ini ditunjukkan melalui nilai *R-Square*, yang kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel seperti berikut.

Tabel 2.
Uji Koefisien Determinasi

	R – Square	Adjusted - R
Y₁ Struktur modal	0,145	0,065
Y₂ Nilai perusahaan	0,356	0,272

Berdasarkan Tabel 2 tersebut dapat diartikan:

- a. Variabel Profitabilitas, Pertumbuhan penjualan dan Ukuran perusahaan memengaruhi Struktur modal sebesar 0,065 (6,5%). Hal ini menunjukkan bahwa kontribusinya tergolong rendah, sedangkan sisanya 93,5% sdijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
- b. Variabel Profitabilitas, Pertumbuhan penjualan dan Ukuran perusahaan mempengaruhi Nilai perusahaan sebesar 0,272 (27,2%). yang menunjukkan bahwa tingkat

pengaruhnya cukup. Sementara itu, 72,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar ruang lingkup penelitian ini.

Analisis Persamaan Struktural (*inner model*)

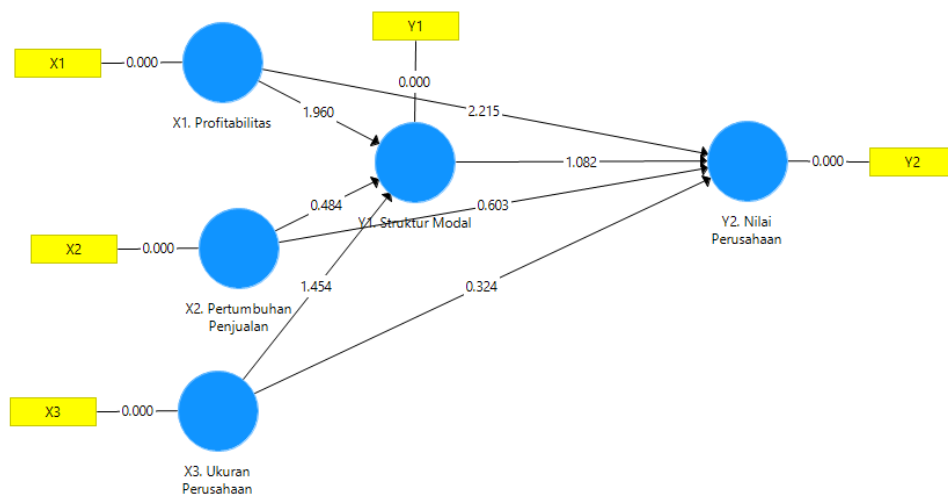
Inner model bertujuan untuk mengetahui serta menguji hubungan antara konstruk eksogen dan endogen yang telah dihipotesiskan.

Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui analisis regresi. Metode regresi ini digunakan untuk menilai seberapa kuat

hubungan antara dua atau lebih variabel, serta menentukan arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Visualisasi dari

pengujian model struktural menggunakan PLS disajikan pada gambar berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS

Berdasarkan Gambar 2 di atas, selanjutnya dilakukan uji hipotesis

menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0.

Tabel 3.
Uji Hipotesis Penelitian

	Sampel Asli (O)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X₁. Profitabilitas -> Y₁. Struktur Modal	-0,312	1,960	0,051
X₂. Pertumbuhan penjualan -> Y₁. Struktur Modal	-0,136	0,484	0,629
X₃. Ukuran perusahaan -> Y₁. Struktur Modal	-0,150	1,454	0,146
X₁. Profitabilitas -> Y₂. Nilai perusahaan	0,353	2,215	0,027
X₂. Pertumbuhan penjualan -> Y₂. Nilai perusahaan	0,331	0,603	0,547
X₃. Ukuran perusahaan -> Y₂. Nilai perusahaan	-0,036	0,324	0,746
Y₁. Struktur Modal -> Y₂. Nilai Perusahaan	-0,196	1,082	0,280
X₁. Profitabilitas -> Y₁. Struktur modal -> Y₂. Nilai perusahaan	0,061	1,008	0,314
X₂. Pertumbuhan penjualan -> Y₁. Struktur modal -> Y₂. Nilai perusahaan	0,027	0,652	0,515
X₃. Ukuran perusahaan -> Y₁. Struktur modal -> Y₂. Nilai perusahaan	0,029	0,880	0,379

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas (X_1) terhadap Struktur modal (Y_1)

Hasil uji hipotesis pertama dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu negatif (0,312), Nilai *T-Statistic* yaitu 1,960 ($<1,964$) dan nilai *p value* yaitu sebesar **0,051** ($>0,05$) maka dapat disimpulkan *Profitabilitas* (X_1) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur modal (Y_1), dengan demikian **Hipotesis ke 1 ditolak**. Hasil penelitian menunjukkan *Profitabilitas* memainkan peran penting dalam menentukan Struktur modal perusahaan makanan dan minuman. Semakin tinggi *profitabilitas* perusahaan, semakin besar kemungkinannya untuk menggunakan pendanaan internal, sehingga ketergantungan terhadap utang menurun. Sebaliknya, perusahaan dengan *profitabilitas* rendah mungkin harus mencari sumber pendanaan eksternal, yang dapat meningkatkan risiko *finansial*. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyanantri dan Suryono (2022) dan Berlian, dkk (2023) dengan hasil penelitian yaitu *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.

Pengaruh Pertumbuhan penjualan (X_2) terhadap Struktur modal (Y_1)

Hasil uji hipotesis kedua dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu

negatif (0,136), Nilai *T-Statistic* yaitu 0,484 ($<1,964$) dan nilai *p value* yaitu sebesar **0,629** ($>0,05$) maka dapat disimpulkan Pertumbuhan penjualan (X_2) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur modal (Y_1), dengan demikian **Hipotesis ke 2 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Pertumbuhan penjualan yang terjadi dalam perusahaan makanan dan minuman tidak selalu berimbas signifikan pada Struktur modal karena berbagai alasan, antara lain penggunaan pendanaan internal, kebijakan konservatif manajemen, sifat industri yang stabil, dan pengaruh faktor eksternal lainnya. Oleh sebab itu, meskipun penjualan naik, Struktur modal bisa tetap relatif stabil tanpa perubahan besar. Secara keseluruhan, pertumbuhan penjualan memberikan sinyal penting terhadap kebutuhan pendanaan. Dalam industri makanan dan minuman, perusahaan yang mampu mengelola pertumbuhan penjualan secara efisien akan cenderung memiliki Struktur modal yang sehat dan berimbang, serta daya saing yang kuat untuk jangka Panjang. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Miswanto, dkk (2022) dengan hasil penelitian yaitu Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.

Pengaruh Ukuran perusahaan (X_2) terhadap Struktur modal (Y_1)

Hasil uji hipotesis ketiga dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu negatif (0,150), Nilai *T-Statistic* yaitu 1,454 ($<1,964$) dan nilai *p value* yaitu sebesar **0,146** ($>0,05$) maka dapat disimpulkan Ukuran perusahaan (X_3) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur modal (Y_1), dengan demikian **Hipotesis ke 3 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Ukuran perusahaan makanan dan minuman tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal karena adanya kebijakan manajemen yang bervariasi, diversifikasi sumber pendanaan, dominasi faktor eksternal lain, serta karakteristik industri yang stabil dan konservatif dalam pengelolaan risiko dan likuiditas. Semakin besar ukuran perusahaan makanan dan minuman, semakin besar pula kemampuannya untuk menggunakan utang secara efisien dalam Struktur modalnya. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor penentu penting dalam strategi pembiayaan jangka panjang. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayus, dkk (2021) dengan hasil penelitian yaitu Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal.

Pengaruh Profitabilitas (X_1) terhadap Nilai perusahaan (Y_2)

Hasil uji hipotesis keempat dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu positif (0,353), Nilai *T-Statistic* yaitu 2,215 ($> 1,964$) dan nilai *p value* yaitu sebesar **0,027** ($<0,05$) maka dapat disimpulkan *Profitabilitas* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 4 diterima**. Hasil penelitian ini menunjukkan *Profitabilitas* perusahaan makanan dan minuman tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan karena adanya ekspektasi pasar yang sudah terinternalisasi, pengaruh faktor eksternal yang lebih dominan, volatilitas laba, serta fokus investor pada prospek dan arus kas masa depan dibanding laba saat ini. *Profitabilitas* adalah salah satu faktor paling penting yang memengaruhi Nilai perusahaan makanan dan minuman. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin besar daya tariknya di mata investor, yang pada akhirnya mendorong peningkatan Nilai perusahaan. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Puri dan Lisiantara (2023) dengan hasil penelitian *Profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Berlian, dkk (2023), Inna (2024)

dan Maisaroh, dkk (2025) dengan hasil penelitian yaitu Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan penjualan (X_2) terhadap Nilai perusahaan (Y_2)

Hasil uji hipotesis kelima dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu positif (0,331), Nilai *T-Statistic* yaitu 0,603 ($< 1,964$) dan nilai *p value* yaitu sebesar **0,547** ($> 0,05$) maka dapat disimpulkan Pertumbuhan penjualan (X_2) berpengaruh positif namun signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 5 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Pertumbuhan penjualan perusahaan makanan dan minuman tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan karena kualitas pertumbuhan, profitabilitas yang menyertai, serta faktor eksternal dan ekspektasi pasar yang sudah tercermin dalam harga saham. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif terhadap Nilai perusahaan, terutama jika didukung oleh efisiensi biaya, inovasi produk, dan strategi pasar yang efektif. Dalam industri makanan dan minuman yang bersifat kompetitif namun stabil, pertumbuhan penjualan adalah indikator kunci kesuksesan dan peningkatan valuasi jangka panjang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Anggraini dan Agustiningasih (2022) dengan

hasil penelitian Pertumbuhan penjualan berpengaruh namun tidak signifikan Nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fajriah (2022) dan Wahyuni, dkk (2023) dengan hasil penelitian yaitu Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran perusahaan (X_3) terhadap Nilai perusahaan (Y_2)

Hasil uji hipotesis keenam dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu negatif (0,036), Nilai *T-Statistic* yaitu 0,324 ($< 1,964$) dan nilai *p value* yaitu sebesar **0,746** ($< 0,05$) maka dapat disimpulkan Ukuran perusahaan (X_3) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 6 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Ukuran perusahaan makanan dan minuman tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan karena investor lebih fokus pada kinerja, prospek, dan efisiensi operasional, serta adanya faktor eksternal yang lebih dominan dalam menentukan nilai pasar perusahaan. Ukuran perusahaan makanan dan minuman berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan, terutama melalui kepercayaan investor, efisiensi operasional, dan kemampuan ekspansi. Namun, Nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh ukuran, tetapi juga oleh kinerja keuangan dan

strategi bisnis yang dijalankan. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat dan Khotimah, (2022) dan Syarifuddin, dkk (2024) dengan hasil penelitian yaitu Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur modal (X_1) terhadap Nilai perusahaan (Y_2)

Hasil uji hipotesis ketujuh dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu negatif (0,196), Nilai *T-Statistic* yaitu 1,082 ($< 1,964$) dan nilai *p value* yaitu sebesar **0,280** ($> 0,05$) maka dapat disimpulkan Struktur modal (Y_1) berpengaruh negative namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2), dengan demikian **Hipotesis ke 7 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Struktur modal yang tepat dan efisien akan berdampak positif terhadap Nilai perusahaan makanan dan minuman, karena memaksimalkan pendanaan dengan risiko minimal. Namun, komposisi utang dan ekuitas harus dijaga agar tidak menimbulkan beban keuangan berlebihan yang justru menurunkan Nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Berlian, dkk (2023) dan Maisaroh, dkk (2025) dengan hasil penelitian Struktur modal berpengaruh namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh Yani (2023) dan Syarifuddin, dkk (2024) dengan hasil penelitian yaitu Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas (X_1) terhadap Nilai perusahaan (Y_2) melalui Struktur modal (Y_1)

Hasil uji hipotesis kedelapan dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu positif (0,061), Nilai *T-Statistic* yaitu 1,008 ($< 1,964$) dan nilai *P Value* yaitu sebesar **0,314** ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan *Profitabilitas* (X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2) melalui Struktur modal (Y_1) dengan demikian **Hipotesis ke 8 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal dapat menjadi tidak signifikan karena Struktur modal seringkali bersifat stabil dan tidak langsung merespons perubahan profitabilitas, dominasi faktor lain dalam menentukan Nilai perusahaan, serta kebijakan manajemen yang konservatif dalam pengelolaan modal. *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Struktur modal. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba tinggi dan mengelola Struktur modal dengan sehat akan lebih disukai oleh investor dan memiliki nilai pasar yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini didukung

oleh penelitian yang dilakukan oleh Berlian, dkk (2023) dan Kasih (2024) dengan hasil penelitian Profitabilitas tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyanantri (2022) dengan hasil penelitian Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal, dan Yani (2023) dengan hasil penelitian yaitu Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan penjualan (X_2) terhadap Nilai perusahaan (Y_2) melalui Struktur modal (Y_1)

Hasil uji hipotesis kesembilan dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu positif (0,027), Nilai *T-Statistic* yaitu 0,652 (<1,964) dan nilai *P Value* yaitu sebesar **0,515** (>0,05) maka dapat disimpulkan Pertumbuhan penjualan (X_2) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2) melalui Struktur modal (Y_1), dengan demikian **Hipotesis ke 9 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal dapat menjadi tidak signifikan karena Struktur modal bersifat stabil dan jarang berubah cepat mengikuti pertumbuhan penjualan, dominasi faktor lain dalam pengelolaan modal, serta karakteristik industri makanan

dan minuman yang konservatif dalam pengelolaan risiko dan pembiayaan Pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan Nilai perusahaan secara langsung maupun tidak langsung melalui Struktur modal. Jika dikelola dengan Struktur modal yang efisien (tidak berlebihan dalam penggunaan utang), perusahaan akan lebih sehat secara keuangan, menarik di mata investor, dan memiliki nilai pasar yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kasih (2024) dengan hasil penelitian Pertumbuhan penjualan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu oleh Miswanto (2022) dengan hasil penelitian Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap Struktur modal dan Yani (2023) dengan hasil penelitian yaitu Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran perusahaan (X_3) terhadap Nilai perusahaan (Y_2) melalui Struktur modal (Y_1)

Hasil uji hipotesis kesepuluh dengan mengacu pada nilai sampel asli yaitu positif (0,029), Nilai *T-Statistic* yaitu 0,880 (<1,964) dan nilai *P Value* yaitu sebesar **0,379** (>0,05) maka dapat disimpulkan Ukuran perusahaan (X_3) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (Y_2) melalui Struktur modal (Y_1), dengan

demikian **Hipotesis ke 10 ditolak**. Hasil penelitian ini menunjukkan Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal dapat menjadi tidak signifikan karena Struktur modal yang relatif stabil, variasi kebijakan pendanaan, dominasi faktor lain dalam menentukan Nilai perusahaan, serta waktu penyesuaian Struktur modal yang Panjang. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan, dan pengaruh tersebut diperkuat melalui Struktur modal yang sehat dan efisien. Dengan kata lain, Struktur modal berperan sebagai mediator yang menghubungkan ukuran perusahaan dengan Nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kasih (2024) dengan hasil penelitian Ukuran perusahaan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur Modal. Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ayus (2021) dengan hasil penelitian Ukuran perusahaan memiliki peranan atau pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan komposisi Struktur modal perusahaan dan Yani (2023). dengan hasil penelitian yaitu Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik

beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. *Profitabilitas* berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur modal (H_1 ditolak);
2. Pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur modal (H_2 ditolak);
3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Struktur modal (H_3 ditolak);
4. *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_4 diterima);
5. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_5 ditolak);
6. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_6 ditolak);
7. Struktur modal berpengaruh negative namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (H_7 ditolak).
8. *Profitabilitas* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal (H_8 ditolak).
9. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal (H_9 ditolak).
10. Ukuran perusahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan

terhadap Nilai perusahaan melalui Struktur modal (H_{10} ditolak).

Saran

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

Bagi Perusahaan

Manajemen perusahaan sector makanan dan minuman hendaknya terus berupaya meningkatkan Nilai perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan. manajemen yang sukses di industri makanan dan minuman memerlukan kombinasi dari eksekusi operasional yang efisien, inovasi berkelanjutan, strategi pasar yang adaptif, pengelolaan keuangan yang cerdas, dan kepemimpinan yang kuat yang memprioritaskan kualitas serta kepuasan pelanggan dan pemangku kepentingan

Bagi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Dalam upaya memaksimalkan return saham, investor perlu melihat prospek perusahaan dengan melihat Nilai perusahaan dan menganalisis kinerja keuangan perusahaan dengan mempertimbangkan Struktur modal dan *Profitabilitas*.

Bagi Peneliti

Disarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penggunaan rasio keuangan lainnya atau menambahkan variabel tambahan yang relevan, serta mengeksplorasi faktor-faktor lain yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap harga saham. Selain itu, periode waktu penelitian sebaiknya diperluas dan menggunakan data tahun-tahun terbaru guna memperoleh gambaran yang lebih akurat dan terkini mengenai kondisi sektor manufaktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, C., & Agustiningih, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*. Vol 6 (2): 1842-1859.
<https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2344>
- Anwar, M. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Kencana.
- Armereo, C. 2020. *Buku Ajar Manajemen Keuangan*. Cirebon: Nusa Litera Inspirasi.
- Berlian, D. T., Karnadi & Subaida, I. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai perusahaan dengan Struktur modal sebagai variabel

- intervening pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Tekstil dan Garmen di BEI 2019-2022. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 2 (7) : 1490-1506.
<https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3561>
- Brigham dan Houston. 2018. *Dasar-Dsar Manajemen Keuangan: Teori dan Praktek*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Dorkas, C., & Indrajati, M. D. (2022). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan (Size) Terhadap Struktur Modal Dengan Tingkat Suku Bunga Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018. *Jurnal Kontemporer Akuntansi*. 90-95.
<https://doi.org/10.24912/jka.v2i2.20369>
- Fahmi, I. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung Alfabeta.
- _____, I. 2018. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan perusahaan dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 7 (1) : 1-12.
<https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS/15*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A.2015. *Manajemen Keuangan Bisnis*.Bogor:Ghalia Indonesia.
- Hanafi, M. M. 2015. *Manajemen Kauangan*. Yogyakarta: BPFE.
- Hani, S. 2015. *Teknik Analisa Laporan keuangan*, (Cetakan Keenam). Medan UMSU PRESS.
- Harahap, S. S. 2018. *Analisis Krisis Atas Laporan Keuangan*, (Cetakan Keduabelas). Jakarta: Rajawali Pers.
- Hariyani, I., Fenisa, D., dan Astriana, G. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Journal of Economic and Business*. Vol 1 (2) : 1-2.
<https://jurnal.oso.ac.id/index.php/jebus/article/view/19>
- Haryono, C. G. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Jawa Barat: CV Jejak (Jejak Publisher)

- Hery. 2018. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hidayat, I. dan Khotimah, K. (2022). Pengaruh *Profitabilitas* dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*. Vol 10 (1) : 1-8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Home, J.C dan Warchiwiez. 2017. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta Salemba Empat.
- Indrarini, S. 2019. *Nilai perusahaan Melalui Kualitas Laba*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Irfani, A, S. 2020. *Manajemen Keuangan dan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Jogiyanto, H. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Revisi. CV. Yogyakarta:BPFE.
- Kariyato. 2018. *Manajemen Keuangan Konsep dan Implementasi*
- Kasih, K. M., Tulhusnah, L., & Sari, L. P. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuaman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*. FEB UNARS. Vol 4 (1) : 16-30. <https://doi.org/10.36841/jme.v4i1.5384>
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Maisaroh, S., Pramitasari, T. D., & Nanggala, A. Y. A. (2025). Pengaruh Struktur modal, Pertumbuhan perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel intevening pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2023. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 4 (3) : 499-517. <https://doi.org/10.36841/jme.v4i3.6509>
- Margareta. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta. PT Dian Rakyat.
- Meisyta, E. D., Yusuf, A. A., & Martika L. D. (2021). Pengaruh *Profitabilitas*, Struktur aktiva dan Ukuran perusahaan terhadap Struktur modal. *Jurnal Riset Keuangan dam Akuntansi*. Volume 7 (1) : 83-91. <https://doi.org/10.25134/jrka.v7i1.4450>
- Miswanto, M., Setiawan, A. Y., & Santoso, A. (2022). Analisis Pengaruh Pertumbuhan penjualan, Struktur aset dan *Profitabilitas* terhadap Struktur

- modal. *Jurnal Manajemen, Koperasi Enterpreneur*. Vol 11 (2) : 212-226.
<https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.945>
- Musthafa. 2017. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Nabila, D. T., & Rahmawati, M. I. (2023). Pengaruh Profitabilitas, struktur aktiva dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*. Vol 12 (9).
<https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5517>
- Nazir. M. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Puri, E. T., & Lisiantara, G. A. (2023). Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. Vol 6 (1): 41-54.
<http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/3585>
- Riyanto. B. 2014. *Dasar-dasar pembelanjaan Perusahaan*, ED. 4, Yogyakarta: BPFE.
- Salim. J. 2010. *Cara Gampang Bermain Saham*. Jakarta: Visimedia.
- Sartono. A. 2018. *Manajemen Keuangan:Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Sawir. A. 2015, *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan perusahaan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto, E. 2021. *Manajemen Keuangan Dasar*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Sudana, I. M. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2019. *Manajemen Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V & Wiratana. 2015. *Metode penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syarifuddin, M., Pramitasari, T., D., & Subaida, I. (2024). Pengaruh Struktur modal, Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Harga saham sebagai variabel intervening pada Perusahaan Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022. *Jurnal Mahasiswa Enterpreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 3 (3) : 408-422.
<https://doi.org/10.36841/jme.v3i3.4848>
- Triyonowati & Maryam, D. 2022. *Buku Ajar Manajemen Keuangan II*. Sidoarjo: Indonesia Pustaka.

- Wahyanantri, M. & Suryono, B. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran perusahaan terhadap Struktur modal Perusahaan *Property and Real estate di BEI. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol 11 (3) : 1-20. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/4597>
- 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 Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. Vol 2 (6) : 1162-1180. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i6.3541>
- Yani, Y., Widiasmara, A., & Taufiq, A., R. (2023). Pengaruh Akuntansi Lingkungan dan Struktur modal terhadap Nilai perusahaan dengan Kinerja keuangan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. Vol 6 (2) : 1137-1148. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1234>