

PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

I Dewa Ayu Prajaniti Arimerta¹, Agus Wahyudi Salasa Gama², Ni Putu Yeni Astiti³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: prajanitiarm@gmail.com

ABSTRACT

The main goal of the company is to increase the value of the company. High corporate value can increase prosperity for shareholders. High company value will be the main attraction for investors to invest in the company. Firm value is the main focus in making decisions by investors to invest in a company. Apart from capital structure, sales growth and company size are also important concerns for investors. This study aims to determine the capital structure, sales growth and company size, on firm value.

This study aims to determine the effect of capital structure, sales growth, and company size on food and beverage sub-sector companies in 2019-2021. The research was conducted using the non-participant observation method, the data used was in the form of secondary data obtained on the Indonesia Stock Exchange (IDX) through the website www.idx.co.id. The samples used in this study were thirteen companies which were determined using a purposive sampling method. The analysis technique used in this research is multiple linear regression.

Based on the results of the analysis, the capital structure variable has a negative and significant effect on firm value, the sales growth variable has no effect on firm value and firm size has a negative and significant effect on firm value.

Keywords: capital structure, sales growth, company size, company value

I. PENDAHULUAN

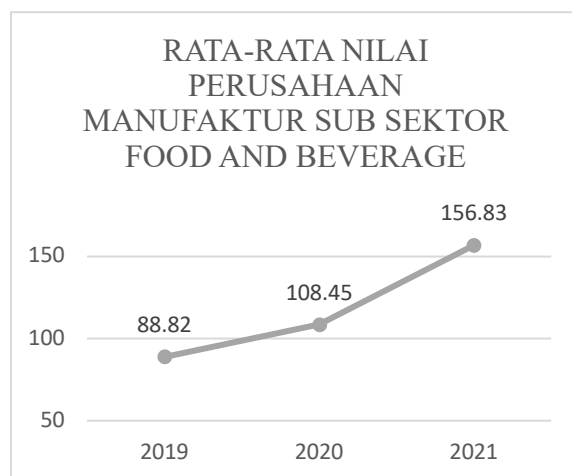
Perkembangan jumlah perusahaan sangat pesat di era globalisasi sekarang ini. Perusahaan-perusahaan besar cukup banyak dan disusul dengan perusahaan perusahaan kecil. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Terlebih perusahaan manufaktur sub sektor *foods and beverages* yang semakin meningkat daya konsumsinya bagi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Perusahaan *food and beverages* dipilih karena memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Perusahaan

food and beverages juga banyak diminati oleh para investor, alasannya adalah sektor ini merupakan salah satu sektor yang dapat bertahan di tengah kondisi perekonomian Indonesia, karena dalam kondisi apapun krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan yang *go public* tercermin pada harga pasar saham perusahaan sedangkan nilai perusahaan yang belum *go*

public tercermin ketika perusahaan akan dijual (Aeni, 2019). Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang cenderung tinggi membuat nilai perusahaan juga semakin tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan merupakan pasar modal perusahaan saling bersaing terutama hasil kerja manajemen dari beberapa pada perusahaan yang terdapat dalam dimensi diantaranya arus kas bersih dari keputusan investasi, pertumbuhan dan biaya modal perusahaan. Bagi investor, nilai perusahaan merupakan konsep penting karena nilai perusahaan merupakan indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Gambar 1
Data Perkembangan Nilai Perusahaan
Sub Sektor Food and Beverage tahun
2021 di BEI



Gambar 1.1 menunjukkan data nilai rata-rata dari fenomena nilai perusahaan atau firm value. Pada tahun 2019 rata-rata firm value perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* menunjukkan nilai sebesar 88,82 dan menjadi rata-rata nilai perusahaan

terendah pada periode 2019-2021. Kemudian pada tahun 2020 nilai perusahaan mengalami kenaikan dengan rata-rata sebesar 108,45. Hal ini menunjukkan adanya kenaikan pendapatan dari penjualan saham dalam kegiatan investasi perusahaan dengan kenaikan rasio sebesar 22,10%. Kemudian di Tahun 2021 rata-rata nilai perusahaan Kembali mengalami kenaikan yang signifikan dengan menunjukkan nilai sebesar 156,83 dan rasio peningkatan sebesar 44,24%. Hal menandakan rata-rata nilai perusahaan pada tahun 2021 menjadi nilai tertinggi di periode 2019-2021.

Salah satu faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu Struktur modal. Menurut Hidayat (2018) menyatakan nilai suatu perusahaan ditentukan oleh struktur modalnya. Struktur modal merupakan komponen yang sangat penting bagi setiap perusahaan, karena baik buruknya struktur modal akan berpengaruh langsung pada posisi keuangan perusahaan. Struktur modal diharapkan meningkatkan nilai perusahaan. Struktur modal diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER). Struktur modal yang tinggi memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik, sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Amijaya et al.,2017).

Faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan adalah Pertumbuhan Penjualan. Pertumbuhan Penjualan yang meningkat menunjukkan prospek yang baik bagi investor. Pertumbuhan penjualan merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan pertahun. Pertumbuhan penjualan dapat juga diartikan sebagai kenaikan jumlah dari tahun ke tahun atau periode ke periode (Dewantari et al, 2019). Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya volume penjualan. Laju pertumbuhan penjualan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan.

Faktor selanjutnya yang juga memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan adalah Ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara antara lain dinyatakan dalam total aset, total penjualan, nilai pasar saham dan lain lain (Aeni 2019). Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. (Bei, 2019).

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan dimasa mendatang. Nilai perusahaan atau juga disebut dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Penilaian kinerja perusahaan dapat dinilai dari segi analisis laporan keuangan berupa rasio keuangan dan dari segi perubahan harga saham.

2.2 Struktur Modal

Struktur modal merupakan tampilan dari komponen financial perusahaan yang terdiri dari modal perusahaan yang bersumber dari hutang jangka panjang (*long term liabilities*) dan modal sendiri (*share holder equity*) yang digunakan sebagai sumber dari operasional pembiayaan perusahaan. Perbandingan antara sumber dari jangka panjang yang bersifat

pinjaman dan modal sendiri, kebijakan struktur modal melibatkan pertimbangan (*trade off*) antara risiko dan tingkat pengembalian resiko akan dijelaskan menggunakan hutang terlalu banyak itu akan dapat memperbesar resiko yang akan ditanggung oleh pemegang saham, hutang yang digunakan terlalu besar juga dapat memperbesar tingkat penegmbalian yang diharapkan di perusahaan.

2.3 Pertumbuhan Penjualan

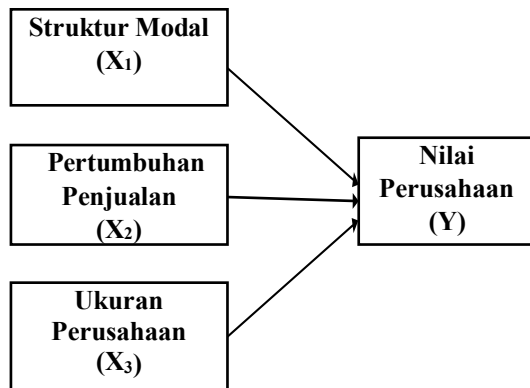
Pertumbuhan Penjualan adalah pertumbuhan atas penjualan dan merupakan indikator penting bagi perusahaan yang diterima atas pendapatan dari penjualan produk atau jasa, dimana pendapatan yang akan didapatkan dari penjualan tersebut dapat digunakan dalam mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan yang diatas rata-rata bagi suatu perusahaan pada umumnya didasarkan pada pertumbuhan yang cepat yang diharapkan dari industri dimana perusahaan itu berpotensi. Pertumbuhan penjualan juga menjadi faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan dapat juga diartikan sebagai kenaikan jumlah dari tahun ke tahun atau dari periode ke periode (Dewantari et al, 2019).

2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, sehingga pengertian ukuran perusahaan adalah ukuran atas besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan dimana perusahaan yang besar umumnya memiliki total aset yang besar pula (Auningsih 2021). Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan jika perusahaan tersebut memiliki komitmen yang tinggi untuk terus berkembang dan maju. Dengan demikian pasar akan bersedia membayar lebih mahal untuk mendapatkan sahamnya karena kepercayaannya akan pengembalian yang diharapkan.

2.5 Hipotesis

Gambar 2
Model Penelitian



Hipotesis:

H1: Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H2: Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

III. METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan mengakses situs resmi BEI yaitu: www.idx.co.id. Subjek dari penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pada penelitian ini yang menjadi objek adalah Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food And Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2021. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Data yang digunakan merupakan data sekunder dan diambil dari laporan keuangan perusahaan selama periode 3 tahun (2019-2021). Adapun teknik pengambilan sampel

yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik Purposive Sampling.

Tabel 1
Karakteristik Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan Manufaktur sub sektor <i>food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.	30
2.	Perusahaan Manufaktur sub sektor <i>food and beverage</i> yang tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan tahun 2019-2021.	(5)
3.	Perusahaan Manufaktur sub sektor <i>food and beverage</i> yang datanya tidak lengkap selama periode 2019-2021	(12)
Jumlah perusahaan yang menjadi sampel		13
Tahun pengamatan		3
Jumlah sampel pengamatan selama 3 tahun		39

Sumber: www.idx.co.id data diolah 2022

yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang berupa atau berbentuk angka. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data berupa angka dari laporan keuangan perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food And Beverage* di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Jumlah perusahaan yang memenuhi sampel sebanyak 13 perusahaan, sehingga jumlah sampel keseluruhan yang digunakan adalah sebanyak 39. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji R dan Uji T.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Tabel 2
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Var	Min	Max	Mean	Std. D
Struktur Modal	.00	1.66	.5894	.40108
Pertumbuhan Penjualan	-.99	2.47	.0686	.47287
Ukuran Perusahaan	.00	6.57	1.0359	1.63829
Nilai Perusahaan	.00	7.99	1.8092	2.23179

1. Nilai perusahaan pada tabel 5.1 yang diprosikan dengan PBV, yang diambil dari 39 sampel dalam penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar 0,00; nilai maksimum sebesar 7,99; rata-rata atau (mean) sebesar 1,8092; dan standar deviasi 2,23179. Nilai perusahaan tertinggi ada pada PT. Sariguna Primatirta Tbk pada tahun 2019, yaitu sebesar 7,99; sedangkan nilai perusahaan terendah ada pada PT. Prima Cakrawala Abadi Tbk, yaitu sebesar 0,00 pada tahun 2019.
2. Struktur modal pada tabel 5.1 yang diambil dari 39 sampel dalam penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar 0,00; nilai maksimum sebesar 1,66; rata-rata atau (mean) sebesar 0,5894; dan standar deviasi 0,40108. Struktur modal tertinggi ada pada PT. FKS Food Sejahtera Tbk pada tahun 2019, yaitu sebesar 1,66; sedangkan struktur modal terendah ada pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, yaitu sebesar 0,001; pada tahun 2020.
3. Pertumbuhan penjualan pada tabel 5.1 yang di ambil dari 39 sampel dalam penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar -0,99; nilai maksimum sebesar 2,47; rata-rata atau (mean) 0,0686; dan standar deviasi 0,47287. Pertumbuhan penjualan tertinggi pada Pt. Prima Cakrawala Abadi Tbk pada tahun 2021 yaitu sebesar 2,47; sedangkan

pertumbuhan penjualan terendah ada pada PT. Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, yaitu sebesar -0,99 pada tahun 2019.

4. Ukuran Perusahaan pada tabel 5.1 yaitu si ambil dari 39 sampel dalam penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar 0,00; nilai maksimum sebesar 6,57; rata-rata atau (mean) 1,0359; dan standar deviasi 1,63829. Ukuran perusahaan tertinggi pada PT. Nippon Indosari Karpindo Tbk pada tahun 2019 sebesar 6,57; sedangkan ukuran perusahaan terendah ada pada PT Akasa Wira Internasioanal Tbk yaitu sebesar 0,00 pada tahun 202.

4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3
Uji Analisis Linier Berganda

Var	B	T	Sig
C	1.295	1.415	.166
Struktur Modal	-2.573	-2.318	.027
Pertumbuhan Penjualan	-1.483	-1.540	.133
Ukuran Perusahaan	-1.255	-4.451	.000
R	0,620		
Adjust R ²	0,330		
F hitung	7,079		
Sig F	0,001		

1. $a = 1,295$; nilai ini berarti bahwa apabila setiap variabel independen bernilai nol, maka nilai perusahaan bernilai sebesar 1,295.
2. $b_1 = -2,573$; struktur modal memiliki koefisien pengaruh negatif, nilai ini berarti bahwa jika struktur modal mengalami peningkatan setiap 1 persen maka akan diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan sebesar -2,573.
3. $b_2 = -1,483$; pertumbuhan penjualan memiliki koefisien pengaruh negatif, nilai ini berarti bahwa jika pertumbuhan penjualan mengalami peningkatan setiap 1 persen maka akan diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan sebesar -1,483.

4. $b_3 = -1,255$; ukuran perusahaan memiliki koefisien pengaruh negatif, nilai ini berarti bahwa jika ukuran perusahaan mengalami peningkatan setiap 1 persen maka akan diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan sebesar -1,255.

4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coliearity Statistics	
	Tolerance	VIF
C		
Struktur Modal	.922	1.085
Pertumbuhan Penjualan	.949	1.054
Ukuran Perusahaan	.877	1.140

Berdasarkan tabel 4 nilai tolerance dari variabel independen memiliki nilai lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	T-statistics	Sig
C	4.998	.000
Struktur Modal	-.470	.641
Pertumbuhan Penjualan	-1.009	.320
Ukuran Perusahaan	-1.744	.090

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas $> 0,05$ yang berarti tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap absolut residual (ABRES). Dengan demikian tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi yang diteliti.

3. Uji Normalitas

Tabel 6
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49437682
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.061
	Negative	-.105
Test Statistic		.105
Asymp. Sig (2 tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 6 bahwa hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov test* dapat dijelaskan bahwa pada hasil uji statistik terlihat nilai dari *unstandardized residual* pada kolom *Asymp.Sig (2-tailed)* yaitu sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan sudah terdistribusi normal.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.28346
Cases < Test Value	19
Cases >= Test Value	19
Total Cases	38
Number of Runs	14
Z	-1.809
Asymp. Sig. (2-tailed)	.070

Berdasarkan tabel 5.6, nilai pada kolom *Asymp. Sig. (2-tailed)* mendapat hasil sebesar 0,070 yang mana lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala autokorelasi.

4.4 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Hasil Uji F dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai sig. $0,001 < \alpha 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini layak untuk digunakan dalam penelitian. Hasil uji F juga menyatakan bahwa ada pengaruh antara variabel bebas yaitu struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan yang berpengaruh secara

simultan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan.

4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan tabel 3, nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) adalah 0,330. Nilai koefisien determinasi 0,330 tersebut memiliki arti variasi dari variabel independen yaitu struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh sebesar 0,330 atau 33% terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, sedangkan persentase sebesar 67% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4.6 Hasil Uji Statistik (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual menerangkan varians variabel dependen. Hasil uji t struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji statistik (Uji T) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 3 maka dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -2,318 serta nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* di BEI pada tahun 2019-2021, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak.
- 2) Pengaruh Pertumbuhan terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -0,133 serta nilai signifikansi sebesar $0,133 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* di BEI pada tahun

2019-2021, sehingga hipotesis pertama (H_2) ditolak.

- 3) Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar -4,451 serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* di BEI pada tahun 2019-2021, sehingga hipotesis pertama (H_3) ditolak.

a. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji analisis regresi ditemukan struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, (H_1) ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal atau DER berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sehingga ketika nilai DER meningkat maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan dan ketika nilai DER menurun maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Struktur modal merupakan aliran dana yang diperoleh perusahaan baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Dana yang didapat oleh perusahaan akan membantu kegiatan operasional perusahaan serta diharapkan dapat meningkatkan asset dari perusahaan. Namun struktur modal yang tinggi dan lebih banyak berasal dari hutang akan berisiko bagi perusahaan serta dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut. Dana yang berasal dari hutang merupakan kewajiban yang harus ditanggung oleh perusahaan dalam periode waktu tertentu. Jika hutang semakin besar maka kewajiban juga ikut meningkat dan hal tersebut dapat menurunkan profit dari perusahaan apabila keuntungan dari perusahaan pada saat tersebut mengalami penurunan. Risiko tersebut dapat

mengakibatkan penurunan nilai perusahaan sebab keuntungan yang diperoleh perusahaan harus dialokasikan untuk kewajiban yang dimiliki perusahaan. Sehingga investor akan melihat hal tersebut sebagai sinyal dan timbulnya keraguan apakah akan tetap melakukan investasinya pada perusahaan tersebut.

b. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis pertama (H_2) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji analisis regresi ditemukan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, (H_2) ditolak. Hal ini dikarenakan pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya biaya lainnya. Ketika perusahaan mengalami kenaikan penjualan, hal tersebut belum tentu mengidentifikasi bahwa laba juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya. fluktuasi dari pertumbuhan penjualan tidak serta-merta akan mempengaruhi nilai perusahaan, sebab pertumbuhan penjualan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi perusahaan sedangkan nilai perusahaan dilihat dari berbagai aspek yang dimiliki perusahaan, seperti asset, pendapatan lain serta kewajiban perusahaan. Dengan demikian, naik turunnya rasio penjualan tidak akan mempengaruhi pandangan investor terhadap tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan karena masih banyak dipengaruhi oleh faktor lain.

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis pertama (H_3) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil uji analisis regresi ditemukan struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, (H_3)

ditolak. Nilai negatif dan signifikan menunjukkan bahwa ketika ukuran perusahaan mengalami kenaikan maka akan diikuti dengan menurunnya nilai perusahaan. Secara sederhana, nilai perusahaan dapat dilihat dari total asset suatu perusahaan, dimana jika total asset mengalami kenaikan akan berpengaruh terhadap turunnya nilai harga saham perusahaan tersebut. Hal ini dikarenakan siklus permintaan dan penawaran terhadap saham (asset) dari perusahaan, dimana dalam posisi tersebut investor yang berinvestasi kebanyakan akan melakukan penawaran terhadap saham daripada permintaan. Dengan jumlah penawaran yang lebih tinggi dari permintaan tentu saja akan berdampak pada menurunnya harga saham perusahaan dan mempengaruhi pandangan calon investor lain terhadap perusahaan tersebut. Bagi sebagian investor rendahnya harga saham jug menggambarkan rendahnya nilai perusahaan, sehingga timbulah anggapan bahwa perusahaan tersebut kurang baik dan berpengaruh terhadap penurunan peluang investasi.

V. PENUTUP

5.1 Simpulan

- 1) Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal yang memiliki nilai negatif dan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, memiliki makna bahwa struktur modal perusahaan menjadi sinyal perusahaan harus lebih berhati-hati sebelum memutuskan penggunaan hutang.
- 2) Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan meningkatnya penjualan tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan karena pertumbuhan penjualan dilihat dari pendapatan

perusahaan yang belum dikurangi dengan biaya-biaya lainnya.

- 3) Ukuran perusahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. ukuran perusahaan yang dihitung dari pengukuran total aset yang tinggi memberikan pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan.

5.2 Saran

- 1) Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan pengujian ulang terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sektor lainnya sehingga dapat diketahui pengaruh terhadap struktur modal, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan apakah masi memiliki pengaruh yang konsisten terhadap nilai perusahaan
- 2) Hasil penelitian ini menunjukan bahwa nilai perusahaan hanya bisa dijelaskan sebesar 33% oleh ke tiga variabel bebas. Bagi Peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun eksternal perusahaan.
- 3) Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah populasi yang diteliti tidak hanya pada perusahaan manufaktur saja agar lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N. A. M., & Asyik, N. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 8(7).
- Agustin, S. Y., & Wahyuni, D. U. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 9(4).
- Amijaya, T., Pengestuti, I. D., & Mawardi, W. (2016). *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Sales Growth Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listed Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014)* (Doctoral Dissertation, Diponegoro University).
- Andriani, L. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Sub. Sektor Property & Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012–2016). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 139-151.
- Arianti, B. F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1-10.
- Ayuningsih, T. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food And Beverage* (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74-83.
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2018). Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori,

- Konsep dan Aplikasi dengan Eviews
10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginanti, K. A. S., Widnyana, I. W., & Gunadi, I. G. N. B. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Manajerial, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Emas*, 3(3), 188-201.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2015). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (11 ed., Vol. 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Herawati, L. N. A. (2017). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Penjualan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Dalam Indeks Lq45* (Doctoral Dissertation, Stie Perbanas Surabaya).
- Hidayat, M. (2018). Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan Dan Uku-Ran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Periode 2014-2016. *Measurement: Journal Of The Accounting Study Program*, 12(2), 206-215.
- Maulana Akbar, N. A. L. A. (2020). *Pengaruh Risiko Bisnis, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2018* (Doctoral Dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Munthe, I. L. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Barang Komsumsi Sub Sektor Makanan Dan Minuman Tahun 2014-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 1(2), 15-22.
- Nopianti, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jak (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 51-61.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Olii, N., Solikahan, E. Z., & Ariawan, A. (2021). Pertumbuhan Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Makanan Dan Minuman Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Of Technopreneurship On Economics And Business Review*, 3(1), 21-34.
- Rahmawati, S. D. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Foods And Beverages Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Fitriyani, Indah. 2019. Pengaruh Return On Equity (ROE), Return On Asset (ROA), Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Yang Tergabung di JII dan Terdaftar di BEI Periode 20142018). Skripsi S1. Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga
- Sari, N. M. W., Sukadana, I. W., & Widnyana, I. W. (2021). Pengaruh

- Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Emas*, 2(1).
- Tumangkeng, M. F., & Mildawati, T. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 7(6).
- Ukhriyawati, C. F., & Dewi, R. D. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Equilibria*, 6(1).
- Wardani, D. K., Mardani, R. M., & Priyono, A. A. (2020). Determinan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Sub Sektor Makanan Dan Minuman). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(08)