

PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor
Industi yang Terdaftar di BEI tahun 2021-2024)**



Disusun Oleh :

Lathifah Dwi Pramesti

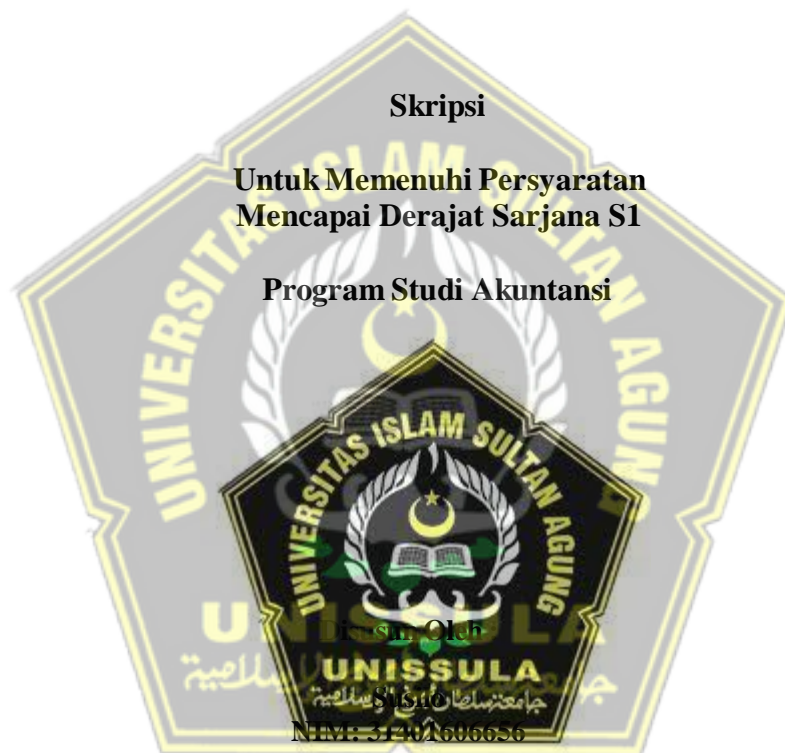
NIM: 31402400119

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG FAKULTAS
EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG
2025**

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH STRUKTUR MODAL,
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor
Industri yang Terdaftar di BEI tahun 2021-2024)**



Skripsi

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1**

Program Studi Akuntansi

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG FAKULTAS
EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Usulan Penelitian untuk Skripsi

**PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri yang Terdaftar
di BEI tahun 2021-2024)**

Disusun Oleh :

Lathifah Dwi Pramesti

NIM : 31402400119

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke

hadapan Sidang Panitia ujian penelitian Skripsi

Program Studi Akuntansi Fakultas

Ekonomi Universitas Islam Sultan

Agung Semarang

Semarang, 20 Juli 2025

Dosen Pemimbing,

Dosen Reviewer,



Dr. Dista Amalia Arifah, S.E., M.Si.,

Akt.

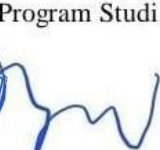
NIK. 211406020

Khoirul

Fuad., S.E., M.Si., Ak., CA NIK

211413023

Ketua Program Studi,



Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ak., CA., IFP., AWP., PhD

NIK. 211403012

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lathifah Dwi Pramesti

NIM : 31402400119

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul:

“PENGARUH STRUKTUR MODAL, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024)”.

Adalah hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiat atau mengambil alih atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan tindakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Semarang, 27 Agustus 2025



Lathifah Dwi Pramesti

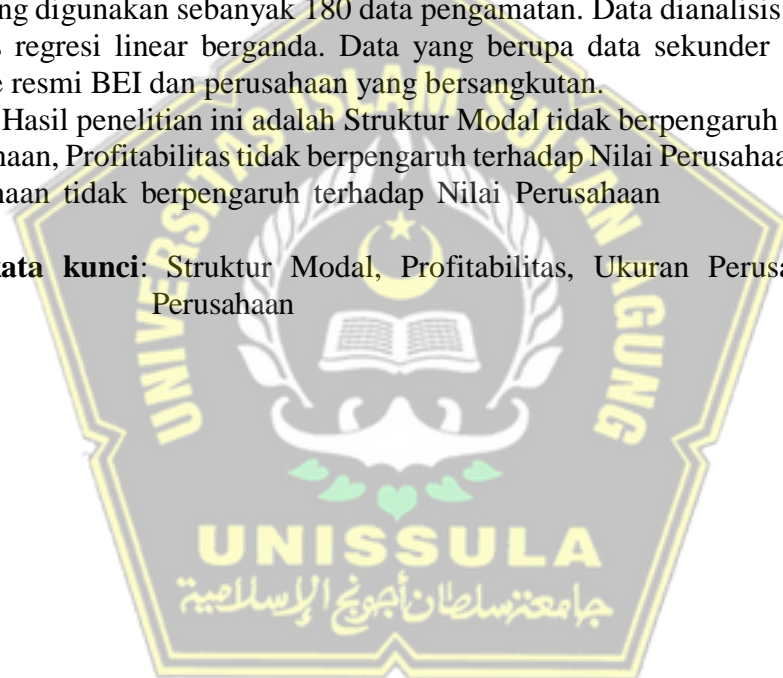
ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis di Indonesia terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dari 668 perusahaan pada Desember 2021 menjadi 800 perusahaan pada Agustus 2024. Tingkat persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk meningkatkan Nilai Perusahaan dan memperhatikan kepentingan stakeholder seperti karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Perusahaan memiliki kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham serta tanggung jawab terhadap pihak lain yang berkepentingan, sehingga perusahaan harus mempertahankan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 45 perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2024 sehingga jumlah data yang digunakan sebanyak 180 data pengamatan. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Data yang berupa data sekunder diperoleh dari website resmi BEI dan perusahaan yang bersangkutan.

Hasil penelitian ini adalah Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Kata-kata kunci: Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan



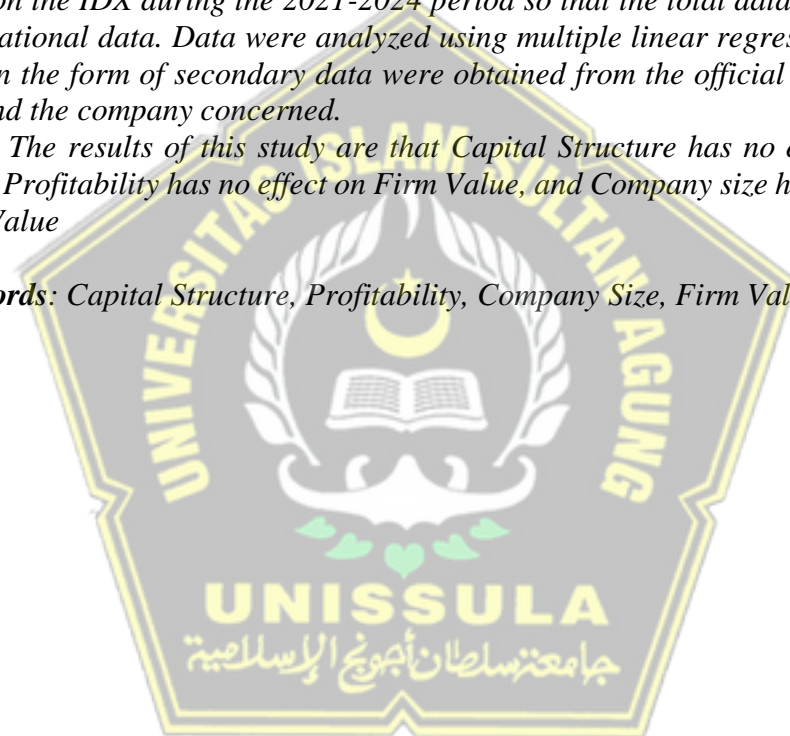
ABSTRACT

Business development in Indonesia can be seen from the increase in the number of companies listed on the Indonesia Stock Exchange, from 668 companies in December 2021 to 800 companies in August 2024. The increasingly fierce level of competition requires companies to increase corporate value and pay attention to the interests of stakeholders such as employees, consumers, the community, and the environment. Companies have economic and legal obligations to shareholders and responsibilities to other interested parties, so companies must maintain corporate value. This study aims to analyze and test empirically the effect of capital structure, profitability, and firm size on firm value.

This study used a sample of 45 industrial sector manufacturing companies listed on the IDX during the 2021-2024 period so that the total data used was 180 observational data. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. Data in the form of secondary data were obtained from the official website of the IDX and the company concerned.

The results of this study are that Capital Structure has no effect on Firm Value, Profitability has no effect on Firm Value, and Company size has no effect on Firm Value

Key words: *Capital Structure, Profitability, Company Size, Firm Value*



INTISARI

Perkembangan bisnis di Indonesia terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dari 668 perusahaan pada Desember 2021 menjadi 800 perusahaan pada Agustus 2024. Tingkat persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk meningkatkan Nilai Perusahaan dan memperhatikan kepentingan stakeholder seperti karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Perusahaan memiliki kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham serta tanggung jawab terhadap pihak lin yang berkepentingan, sehingga perusahaan harus mempertahankan nilai perusahaan.

Berdasarkan *Signalling Theory*, perusahaan menggunakan sinyal atau informasi yang diberikan kepada investor untuk memberi petunjuk mengenai prospek perusahaan. Sinyal ini dapat diberikan melalui publikasi laporan keuangan yang berpengaruh terhadap harga saham perusahaan. Pengungkapan informasi yang akurat dan tepat waktu dapat mengurangi asimetri informasi dan meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, kebijakan dividen juga dapat dianggap sebagai sinyal bagi investor mengenai kualitas perusahaan dan mempengaruhi harga saham..

Berdasar pada paparan tersebut, pertanyaan penelitian yang dapat diajukan adalah Apakah Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

Berdasar pada kajian pustaka yang mendalam, peneliti mengajukan 3 hipotesis berikut: H_1 (struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan), H_2 (profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan), dan H_3 (ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan). Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 45 perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2024 sehingga jumlah data yang digunakan sebanyak 180 data pengamatan. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Data yang berupa data sekunder diperoleh dari website resmi BEI dan perusahaan yang bersangkutan.

Kesimpulan penelitian ini adalah Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sholawat serta salam semoga terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat, taufiq, hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri yang Terdaftar di BEI tahun 2021-2024)”**. Penyusunan usulan penelitian Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan menyelesaikan program studi Sarjana (S1) dan mencapai gelar Sarjana Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Dalam penulisan usulan penelitian Skripsi tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Ibu Dr. Dista Amalia Arifah, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Penguji serta Dosen Reviewer selaku penguji yang telah dengan sabar menguji dan memberikan arahan serta pengetahuan sehingga usulan penelitian

skripsi ini menjadi lebih baik dan seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, yang telah memberikan bekal berupa ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.

5. Ayah, ibu, dan kakak yang selalau memberikan semangat, doa dan motivasi yang kuat serta terus menerus kepada penulis yang tidak ternilai harganya bagi penulis.
6. Teruntuk sahabat seperjuangan Jurusan Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Angkatan 2025, terimakasih atas dukungan, motivasi dan bimbingan dalam proses pembuatan skripsi ini, dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan yang diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang dimiliki penulis. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun penulis harapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih sempurna. Pada akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Lathifah Dwi Pramesti

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAKSI.....	iv
ABSTRACT	v
INTISARI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1. Signaling Theory	10
2.1.2. Agency Theory	12
2.1.3. Nilai Perusahaan	13
2.1.4. Struktur Modal.....	17
2.1.5. Profitabilitas.....	18
2.1.6. Ukuran Perusahaan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pikir dan Pengembangan Hipotesis	25
2.3.1. Kerangka Pemikiran	25
2.3.2. Pengembangan Hipotesis	26

2.3.2.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.2.1. Populasi	31
3.2.2. Sampel.....	31
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5 Variabel dan Indikator	33
3.5.1 Variabel Terikat (Dependent Variable)	33
3.5.1.1 Nilai Perusahaan (Y).....	33
3.5.2 Variabel Bebas (Independent Variable).....	34
3.5.2.1 Struktur Modal (X1).....	34
3.5.2.2 Profitabilitas (X2)	35
3.6. Metode Analisis Data.....	36
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	36
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	37
3.6.2.1. Uji Normalitas	37
3.6.2.2. Uji Multikolinieritas	38
3.6.2.3. Uji Auto korelasi	38
3.6.2.4. Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.6.3. Analisis Regresi Linier	39
3.6.3.2..... Uji Kebaikan Model (Goodness Fit)	40
3.6.3.2.2. Uji Koefisien Determinasi	41
3.6.3.3..... Pengujian Hipotesis (Uji t)	

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.2. Analisis Data.....	43
4.2.1. Statistik Deskriptif.....	44
4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.2.1. Hasil Uji Normalitas	46
4.2.2.2. Hasil Uji Multikolinearitas	48
4.2.2.3. Hasil Uji Autokorelasi	48
4.2.2.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
4.2.3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
4.2.3.1. Hasil Uji Model	52
4.2.3.1.1. Hasil Uji F (Uji Simultan)	52
4.2.3.1.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	53
4.2.3.2. Hasil Uji Hipotesis	53
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
4.3.1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan	55
4.3.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	56
4.3.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	58
BAB V PENUTUP	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	61
5.3. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dari tahun ke tahun, dunia bisnis di Indonesia mengalami perkembangan peningkatannya. hal tersebut dapat terlihat dengan bertambahnya perusahaan yang terdaftar dibursa efek indonesia sebagai perusahaan *go public*. Pada periode 2021- 2024 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia sebanyak 800 perusahaan.

Semakin banyak perusahaan yang tercatat pada BEI berarti kompetisi dalam dunia bisnis cukup ketat. Tingkat persaingan yang semakin ketat dalam dunia usaha saat ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan Nilai Perusahaan, selain itu juga mementingkan kepentingan manajemen dan pemilik modal, perusahaan juga diharapkan mementingkan kepentingan karyawan, konsumen, masyarakat dan lingkungannya (stakeholder).

Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham, tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan yang tidak dapat lepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab dalam memperoleh keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab kepada pemilik saham, oleh karena itu dalam memperhatikan

tanggung jawabnya perusahaan harus mempertahankan nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan yang dimaksud merupakan sejumlah harga yang bersedia dibayarkan oleh investor jika perusahaan tersebut akan dijual. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset yang dimiliki oleh perusahaan dan semakin tinggi nilai perusahaan maka perusahaan akan memiliki citra yang semakin baik. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan dan sebaliknya. Harga saham merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar.

Menurut (Ningrum, 2022) nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Peryumbuhan perusahaan mudah terlihat dari adanya penilaian tinggi pihak eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Menurut Rosari & Subardjo (2021) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar oleh investor seandainya perusahaan dijual. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham, bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

Terdapat banyak faktor yang diduga dapat berpengaruh terhadap

Nilai Perusahaan. Menurut penelitian – penelitian terdahulu seperti penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningrum & Iswara (2022) mengatakan bahwa faktor – factor yang mempengaruhi nilai perusahaan meliputi *leverage*, ukuran perusahaan, *profitabilitas* dan kualitas laba. Menurut penelitian Riyana et al (2024) faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Abbas et al (2021) faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, *intellectual capital*, profitabilitas dan likuiditas. Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan mengambil beberapa faktor saja yaitu; struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan.

Faktor pertama yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan adalah Struktur Modal. Menurut Sari & Herusuprihadi (2020) struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena akan berhubungan dan berpengaruh terhadap besarnya risiko yang ditanggung oleh pemegang saham dan besarnya tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan. Struktur modal yang tepat menjadi tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat tercapai. Hasil penelitian Amelia et al (2024) menunjukkan bahwa Struktur Modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniadiantoyo & Kurnia (2022) yang menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang kedua yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

adalah Profitabilitas. Profitabilitas adalah keuntungan yang dihasilkan perusahaan dalam satu periode. Ketika perusahaan mampu menghasilkan profit yang besar, maka dapat memberikan indikasi bahwa kinerja dan prospek dari perusahaan sangat baik. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramdhonah et al (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut hasil penelitian Rahayu & Sari (2018) profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Abbas et al (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor yang ketiga yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Hakim, M.Z., & Abbas, D. S. (2019) Ukuran perusahaan dinyatakan dengan total aset, jika semakin besar total aset perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Menurut hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ramdhonah et al (2019) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sembiring & Trisnawati (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Abbas et al (2021) menerangkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wastam (2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berbagai penelitian tentang nilai perusahaan telah banyak dilakukan, karena pentingnya nilai perusahaan yang dijadikan dasar sebagai persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Ukuran keberhasilan suatu manajemen perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan menyejahterakan para pemegang saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, serta meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Sehingga mendorong peneliti untuk melakukan penelitian kembali tentang faktor – faktor yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Manurung & Wildan (2023) yang menganalisis pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI, yang membedakan dengan penelitian sekarang adalah obyek penelitian menggunakan perusahaan manufaktur sektor Industri. Peneliti memilih perusahaan manufaktur sektor industri sebagai obyek penelitian karena ketatnya persaingan perusahaan manufaktur di Indonesia, serta sektor manufaktur tumbuh agresif di tengah tekanan pandemi covid-19. Dikutip dari website kementerian perindustrian, kemenperin.go.id (06 Agustus 2021) menyebutkan bahwa Industri manufaktur memberikan kontribusi terbesar atas kenaikan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 7,07% pada triwulan II tahun 2021. Sektor ini merupakan sumber pertumbuhan tertinggi,

yaitu sebesar 1,35%. Di periode ini, sektor manufaktur sendiri mencatatkan pertumbuhan sebesar 6,91% meskipun mengalami tekanan akibat pandemi Covid-19. Meskipun mendapat tekanan akibat pandemi Covid-19 yang masuk ke Indonesia sejak 2020, sejumlah subsektor industri tumbuh sangat tinggi pada TW II-2021. Subsektor tersebut di antaranya industri alat angkutan sebesar 45,70%, diikuti industri logam dasar 18,03%, industri mesin dan perlengkapan 16,35%, industri karet barang dari karet dan plastik 11,72%, serta industri kimia, farmasi dan obat tradisional sebesar 9,15%. Sektor manufaktur juga memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada triwulan II -2021, yakni sebesar 17,34%. Lima besar kontributor PDB di periode ini adalah industri makanan dan minuman sebesar 6,66%, industri kimia, farmasi dan obat tradisional sebesar 1,96%, industri barang logam, komputer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik sebesar 1,57%, industri alat angkutan 1,46%, serta industri tekstil dan pakaian jadi sebesar 1,05%. Hal ini menunjukkan bahwa industri manufaktur punya peran penting bagi pertumbuhan ekonomi nasional (<https://kemenperin.go.id>).

Berdasarkan uraian diatas, sehingga judul pada penelitian ini adalah “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri yang Terdaftar di BEI tahun 2021-2024).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas,

terdapat suatu kesenjangan yaitu *research gap* antara teori yang selama ini dianggap benar dan memberikan pengaruh antara struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sehingga membutuhkan penelitian lanjutan mengenai masalah tersebut.

Research gap atau inkonsistensi hasil penelitian antara peneliti satu dengan peneliti lain. Dari hasil penelitian Sembiring & Trisnawati (2019), struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan terdapat hasil yang berbeda pada penelitian Manurung & Wildan (2023) dalam penelitiannya menyebutkan struktur modal berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan telah banyak diteliti dalam penelitian sebelumnya, namun belum menunjukkan hasil yang konsisten. Contohnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahayu & Sari (2018) membuktikan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian oleh Manurung & Wildan (2023) menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Sembiring & Trisnawati (2019) juga menyebutkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya untuk variabel ukuran perusahaan, dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian tersebut, hasil penelitian Ramdhonah et al (2019); dan Abbas et al (2020) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap

nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung & Wildan (2023) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif, signifikan terhadap nilai perusahaan.

Masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:
 “Bagaimana pengaruh struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut maka dibentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisa dan uji secara empiris terhadap pertanyaan penelitian:

1. Untuk menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
3. Untuk menganalisa dan menguji secara empiris pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dapat ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai wacana pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu akuntansi keuangan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan solusi terkait dengan permasalahan mengenai penilaian kinerja dengan pengaruh struktur perusahaan, profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat dijadikan input informasi terkait dengan pengambilan keputusan didalam investasi sehingga investor dapat mengambil keputusan secara efektif dan efisien.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi ataupun acuan bagi mahasiswa maupun pembaca untuk melakukan penelitian diwaktu yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. *Signaling Theory*

Teori yang relevan untuk digunakan sebagai pendekatan faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan adalah Teori Sinyal (*Signaling Theory*). Isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasi keinginan pemilik. Informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hal yang penting, karena pengaruhnya terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi tersebut penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran, baik untuk keadaan masalah, saat ini maupun masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup perusahaan dan bagaimana efeknya pada perusahaan (Tangngisalu et al., 2023).

Signaling theory menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan

mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar (Firmansyah & Yuniningsih, 2023).

Seorang manager dapat memberikan sinyal tersebut melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti publikasi laporan keuangan. Publikasi laporan keuangan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pasar. Kemudian pelaku pasar yang sudah menerima informasi tersebut biasanya akan menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai suatu sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Sinyal yang diberikan manajemen perusahaan akan berpengaruh terhadap pasar saham, khususnya harga saham perusahaan. Jika sinyal yang diberikan manajemen mengindikasikan kabar baik (*good news*), maka hal ini akan dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Akan tetapi jika sinyal yang diberikan oleh manajemen mengindikasikan kabar buruk (*bad news*), maka akan dapat mengakibatkan penurunan harga saham perusahaan.

Melalui perluasan pengungkapan informasi dapat memberikan sinyal yang lebih banyak kepada publik mengenai kondisi perusahaan. Craven dan Marston (1999), menyatakan jika perusahaan dalam suatu

industri gagal untuk mengikuti praktek-praktek pengungkapan dari perusahaan lain, maka mungkin perusahaan tersebut menyembunyikan berita buruk. Manfaat utama teori ini adalah akurasi dan ketepatan waktu penyajian laporan keuangan ke publik. Sinyal dari perusahaan akan adanya informasi yang bermanfaat dalam kebutuhan untuk pembuatan keputusan dari investor.

Kebijakan dividen sering dianggap sebagai sinyal bagi investor dalam menilai baik buruknya perusahaan, hal ini disebabkan karena kebijakan dividen dapat membawa pengaruh terhadap harga saham perusahaan. Kenaikan jumlah dividen dianggap sebagai sinyal bahwa manajemen perusahaan meramalkan laba yang baik di masa depan (Brigham dan Houston, 2011).

2.1.2. *Agency Theory*

Agency theory (teori keagenan) adalah suatu wewenang yang diberikan kepada agen yaitu manajemen untuk melakukan tindakan untuk kepentingan pemilik yaitu principal (Makanga et al., 2025). Matinheikki et al (2022) menyatakan tujuan utama teori keagenan adalah menjelaskan bagaimana cara pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat mendesain kontrak dengan tujuan meminimalisir *cost* sebagai dampak adanya informasi yang tidak simetris dan kondisi ketidakpastian.

Informasi akuntansi manajemen dalam teori keagenan digunakan untuk dua tujuan. Pertama, sebagai acuan pengambilan keputusan oleh agen

dan prinsipal. Kedua, untuk mengetahui apakah kontrak kerja yang sudah dibuat dan disetujui sesuai dengan yang terjadi dengan cara mengevaluasi dan juga apakah hasil yang dibagikan sesuai dengan kontak kerja (Raharjo 2007). Pembagian peran antara pembuat keputusan dan pemilik perusahaan mengakibatkan manajer sebagai pembuat keputusan mengutamakan kepentingan pribadinya. Investor berupaya agar manajer tidak memegang kas terlalu banyak untuk menghindari pemakaian kas untuk kepentingan pribadi. Tindakan seperti ini akan menimbulkan masalah agensi dan mengakibatkan munculnya biaya agensi (agency cost) (Auditta et al 2011).

Untuk mengurangi timbulnya masalah keagenan, manajemen perusahaan harus melaksanakan tanggung jawabnya dengan diawasi oleh investor sehingga investor dan manajer perusahaan mendapatkan kepentingan sesuai dengan porsi masing-masing. Dalam hal ini manajer bertanggung jawab untuk meningkatkan nilai perusahaan agar dapat memberikan hasil yang baik bagi investor dan manajemen perusahaan (Auditta et al 2011).

2.1.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah harga suatu perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor apabila dijual (Suad Husnan, 2005; Wiagustini, 2010) dalam Novari 2016. Selanjutnya Chandra (2007) dalam Novari 2016 memberikan pengertian nilai perusahaan (value of the firm) adalah ukuran keberhasilan manajemen suatu perusahaan dalam menjalankan operasi bisnis di masa lalu dan prospek bisnis di masa yang akan datang untuk

meyakinkan pemegang saham. Bagi perusahaan terbuka harga saham yang diperjualbelikan di pasar modal merupakan indikator nilai perusahaan.

Husnan (2014:7) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Wijaya dan Panji (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat.

Nilai perusahaan tidak hanya dapat digambarkan pada harga saham suatu perusahaan saja, untuk mengukur tingginya nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu *price to book value*. Brigham dan Houston (2011:152) menyatakan bahwa *price to book value* (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Apabila nilai PBV yang semakin tinggi maka semakin besar pula tingkat kemakmuran dari pemegang saham, sehingga perusahaan dikatakan telah mencapai salah satu tujuannya.

Keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal, karena melalui *price book value*, investor dapat memprediksi saham-saham yang overvalued dan undervalued. *Price book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Nilai perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham tentunya akan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti indeks harga saham, tingkat suku bunga, dan kondisi fundamental perusahaan. Pada kondisi fundamental merupakan kondisi yang berkaitan dengan kondisi internal dari perusahaan. Faktor fundamental erat kaitannya dengan kondisi perusahaan seperti kondisi keuangan suatu perusahaan yang dicerminkan melalui kinerja keuangan perusahaan. Apabila suatu perusahaan hendak melakukan analisis fundamental dibutuhkan data fundamental perusahaan yang berasal dari laporan keuangan perusahaan, seperti penjualan, dividen yang dibagikan, laba perusahaan dan sebagainya (Jogiyanto, 2016:188).

Nilai perusahaan atau disebut juga dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Fakta menunjukkan bahwa nilai kekayaan yang ditunjukkan pada neraca tidak memiliki hubungan dengan nilai pasar dari perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan memiliki kekayaan yang tidak bisa dilaporkan dalam neraca seperti manajemen yang

baik, reputasi yang baik dan prospek yang cerah (Erlangga & Suryandari, 2009). Nilai perusahaan juga didefinisikan sebagai nilai pasar yaitu nilai setiap aktiva atau kumpulan aktiva pada saat diperdagangkan dalam pasar yang terorganisasi (Helfert, 2011).

Husnan (2014:7) menyatakan bahwa semakin besar nilai PBV, maka semakin tinggi pula perusahaan dinilai oleh para pemodal, dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. Semakin baik kinerja keuangan suatu perusahaan maka semakin baik pula nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin tinggi keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, dan semakin tinggi return saham semakin makmur pemegang sahamnya.

Husnan (2014:3) menyatakan bahwa keputusan-keputusan keuangan yang diambil manajer keuangan dimaksud untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan, hal ini ditunjukkan oleh meningkatnya nilai perusahaan. Penggunaan PBV memiliki keuntungan, yaitu: (1) Menghasilkan nilai yang relatif stabil dan dapat dibandingkan dengan harga pasar; (2) Memberikan standar akuntansi yang konsisten pada seluruh perusahaan; (3) Perusahaan yang tidak dapat diukur dengan PER karena pendapatan yang negatif, dapat dievaluasi menggunakan PBV. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Menurut Alfredo (2011), menyatakan beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu : keputusan pendanaan, kebijakan dividen, keputusan

investasi, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan.

2.1.4. Struktur Modal

Menurut Brigham dan Houston (2011:155) struktur modal sangat penting bagi perusahaan karena akan berhubungan dan berpengaruh terhadap besarnya risiko yang ditanggung oleh pemegang saham dan besarnya tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan. Struktur modal yang tepat menjadi tujuan utama perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dapat tercapai.

Struktur modal menurut Manurung & Wildan (2023) merupakan perbandingan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri. Sedangkan menurut Ramdhonah et al (2019), Struktur modal merupakan pertimbangan antara hutang dengan modal yang dimiliki perusahaan. salah satu keputusan yang harus dihadapi manajer perusahaan dalam kaitannya dengan kelangsungan operasi perusahaan adalah keputusan struktur modal. Struktur modal pada penelitian ini diukur dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap total modal yang dimiliki perusahaan. Menurut para ahli yaitu Sherman (2013), rumus untuk menghitung DER :

$$\text{Debt to Equity} = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}} \text{ atau } \frac{\text{Total Liabilities} \times 100\%}{\text{Total Equity}}$$

Total Liabilities adalah total hutang sedangkan Total Equity adalah total modal. DER dapat menunjukkan tingkat risiko pada suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio DER, maka akan semakin tinggi risiko yang mungkin terjadi dalam perusahaan, karena pendanaan perusahaan dari unsur hutang

lebih besar daripada modal sendiri. Sedangkan semakin rendah rasio DER, maka akan semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk dapat memenuhi semua kewajibannya.

2.1.5. Profitabilitas

Menurut Manurung & Wildan (2023), *Profitabilitas* menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas pengelolaan asset perusahaan, hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Sedangkan menurut Ramdhonah et al (2019), *Profitabilitas* merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas menjadi salah satu barometer atas keberhasilan sebuah perusahaan. Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yaitu semakin tinggi *profitabilitas* perusahaan, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut untuk menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Profitabilitas pada penelitian ini diukur dengan *Return On Equity* (ROE), merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas terhadap pemegang saham. ROE dapat dihitung menggunakan rumus :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Pendapatan Bersih (Net Income)}}{\text{Modal}}$$

Profitabilitas merupakan salah satu aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya pada perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada didalam

proses operasional perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang terus meningkat akan semakin dapat meningkatkan tingkat kepercayaan dan minat para calon investor untuk menanamkan investasinya pada perusahaan tersebut, karena pada dasarnya investor mengharapkan tingkat return yang optimal atas investasi yang ditanamkannya. Respon positif dari para investor akan berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan, sehingga nilai perusahaan pun akan semakin meningkat.

2.1.6. Ukuran Perusahaan

Menurut Manurung & Wildan (2023), Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva perusahaan tersebut. Menurut Rahayu & Sari (2018), Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang dipergunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Sedangkan menurut Ramdhonah et al (2019), Ukuran besar atau kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari aset yang dimilikinya. Semakin besar total aktiva, penjualan dan modal perusahaan, laba perusahaan semakin besar dan berpengaruh terhadap ukuran perusahaan. Penelitian ini menggunakan total aset sebagai proksi dari *size* atau ukuran perusahaan. Rumus :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Assets})$$

Semakin besar ukuran perusahaan, dianggap akan semakin mudah pula perusahaan untuk mendapatkan sumber dana internal maupun eksternal. Aksebilitas yang lebih mudah dalam memperoleh sumber dana

tersebut, akan membuat perusahaan yang lebih besar dapat memiliki fleksibilitas yang lebih besar dan kemampuan untuk mengumpulkan dana dalam waktu singkat. Jika sumber dana tersebut benar-benar dapat dikelola secara optimal sehingga menghasilkan *feedback* usaha yang baik, maka hal ini dapat menarik minat calon investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan terkait. Hal tersebut akan sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang nilai perusahaan dan faktor yang mempengaruhinya di Indonesia pernah dilakukan oleh bebrapapeneliti terdahulu. Hasil penelitian terdahulu dapat dilihat padatabel sebagaiberikut:

Tabel 2. 1 Tabel Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

No	Peneliti & Tahun	Sampel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Ardianti Fajriana (2016)	Perusahaan Pertambangan	Regresi sederhana, Regresi nilai selisih mutlak, dan Regresi berganda	Struktur Modal berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan,
2	Tarida Marlin Surya Manurung & Wildan (2023)	Perusahaan Food and Beverage di BEI tahun 2016-2020	Regresi Linear Berganda	Struktur Modal berpengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

3	Selvi Sembiring & Ita Trisnawati (2019)	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013- 2016	Regresi Berganda	Struktur Modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
4	IMade Pradnya Susila & Gine Das Prena	Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2016-2017	Regresi linier berganda	Struktur Modal berpengaruh positif & signifikan terhadap nilai perusahaan



Tabel 2. 2 Tabel pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

No	Peneliti & Tahun	Sampel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Tarida Marlin Surya Manurung & Wildan (2023)	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020	Analisis Regresi Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan
2	I Gusti Ngurah Gede Rudangga & Gede Merta Sudiarta (2016)	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014	Analisis Regresi Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3	Selvi Sembiring & Ita Trisnawati (2019)	Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2016	Analisis Regresi berganda	Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
4	Dirvi Surya Abbas, Ubay Dillah & Sutardji (2020)	Perusahaan Manufaktur di BEI pada tahun 2015-2018	Analisis regresi data panel dengan bantuan Eviews versi 9.0	Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan

5	Mustofa & Suaidah (2020)	Perusahaan pertambangan sub sector batu bara di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019	Statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis	Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan
6	IMade Pradnya Susila & Gine Das Prena (2019)	Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI tahun 2016-2017	Analisis Regresi Linear Berganda	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
7	Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019)	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2017	Analisis data panel	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Tabel 2. 3 Tabel pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

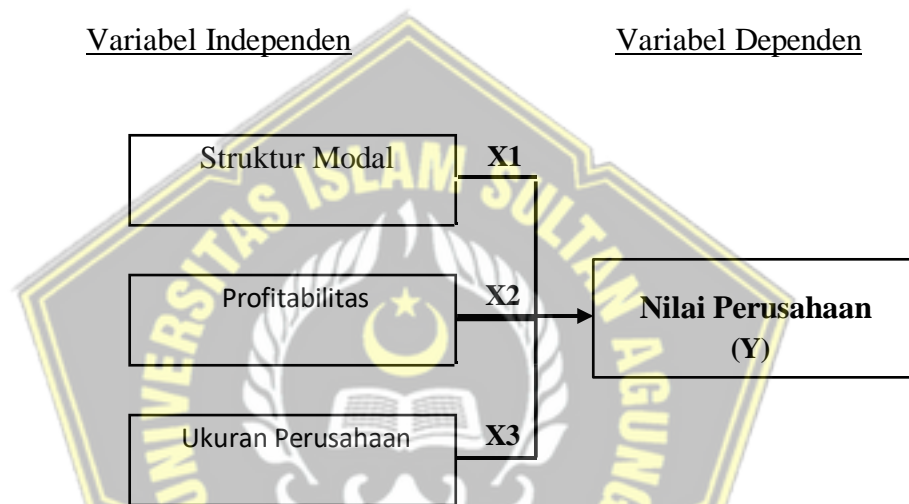
No	Peneliti & Tahun	Sampel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Tarida Marlin Surya Manurung & Wildan (2023)	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020	Analisis Regresi Linear Berganda	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan

2	I Gusti Ngurah Gede Rudangga & Gede Merta Sudiarta (2016)	Perusahaan <i>Food and Beverage</i> di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014	Analisis Regresi Linear Berganda	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3	Selvi Sembiring & Ita Trisnawati (2019)	Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2016	Analisis Regresi berganda	Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
4	Dirvi Surya Abbas, Ubay Dillah & Sutardji (2020)	Perusahaan Manufaktur di BEI pada tahun 2015-2018	Analisis regresi data panel dengan bantuan Eviews versi 9.0	Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan
5	Wastam Wahyu Hidayat (2019)	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016	Analisis regresi berganda	Ukuran Perusahaan tidak terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
6	Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019)	Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2011-2017	Analisis data panel	Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

2.3. Kerangka Pikir dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Kerangka Pemikiran

Skema kerangka dalam penelitian ini mengenai “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur sektor industri periode 2021 - 2024 ” adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan antara lain yaitu; struktur modal, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan. Struktur modal dapat menunjukkan perbandingan antara total utang terhadap modal sendiri, yang dapat diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER dapat menunjukkan tingkat risiko suatu perusahaan, semakin tinggi DER suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi risiko yang mungkin terjadi dalam perusahaan. Karena pendanaan perusahaan dari unsur hutang lebih besar daripada modal sendiri. Keuntungan yang diperoleh dari penggunaan hutang adalah pengurangan pajak karena adanya bunga dari hutang.

Profitabilitas menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam hal menghasilkan laba atas pengelolaan asset perusahaan, hubungannya dengan penjualan, total aktiva dan modal sendiri. *Profitabilitas* memiliki hubungan dengan nilai perusahaan, yakni semakin tinggi *profitabilitas* perusahaan, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan tersebut untuk menghasilkan laba dan akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi serta dapat memaksimumkan kekayaan pemegang saham.

Ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total asset, jumlah penjualan, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva perusahaan tersebut. Keuntungannya, perusahaan yang lebih besar dapat melakukan akses ke pasar modal untuk memperoleh pendanaan yang lebih mudah.

2.3.2. Pengembangan Hipotesis

2.3.2.1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal dapat diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) untuk melihat tingkat risiko yang mungkin terjadi dalam suatu perusahaan. Semakin tinggi DER maka semakin tinggi risiko yang mungkin terjadi, karena pendanaan lebih besar dari hutang dibandingkan dengan modal sendiri. Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena Struktur modal berkaitan dengan proporsi pendanaan yang akan digunakan oleh suatu perusahaan. Struktur modal yang optimal diperlukan untuk memaksimalkan nilai suatu perusahaan. Struktur modal optimal adalah struktur yang akan memaksimalkan harga saham perusahaan. Pada

umumnya struktur ini menginginkan rasio hutang yang lebih rendah dibandingkan dengan rasio untuk memaksimalkan *Earning Per Share* (EPS) yang diharapkan (Brigham dan Houston, 2011: 171).

Teori sinyal yang menjelaskan bahwa perusahaan harus memberikan “tanda” kepada investor yang biasanya ditandai dengan penerbitan laporan keuangan. Publikasi laporan keuangan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pasar. Kemudian pelaku pasar yang sudah menerima informasi tersebut biasanya akan menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai suatu sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Sinyal yang diberikan manajemen perusahaan akan berpengaruh terhadap pasar saham, khususnya harga saham perusahaan. Jika sinyal yang diberikan manajemen mengindikasikan kabar baik (*good news*), maka hal ini akan dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Akan tetapi jika sinyal yang diberikan oleh manajemen mengindikasikan kabar buruk (*bad news*), maka akan dapat mengakibatkan penurunan harga saham perusahaan.

Hasil penelitian Manurung & Wildan (2023), Ardianti Fajriana (2016) dan Ramdhonah et al (2019) bahwa struktur modal berpengaruh negatif dengan nilai perusahaan, yang menggunakan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER). Kesimpulannya, perusahaan harus dapat memutuskan dengan baik penggunaan hutang yang akan dilakukan karena dapat berpengaruh terhadap perusahaan dan dapat berdampak pada menurunnya nilai dari perusahaan.

H1 : Struktur Modal berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2.2. Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan atas bisnis yang dijalankan perusahaan. *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, besar kecilnya *profitabilitas* yang dihasilkan oleh suatu perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan melihat *profitabilitas* sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Jika laba perusahaan besar, maka dapat mengindikasikan bahwa kinerja dan prospek dari perusahaan tersebut dalam kondisi baik, sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari para investor dan dapat meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut. Laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan produk dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal yang menjelaskan bahwa manajemen perusahaan harus memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek perusahaan sehingga investor dapat menganalisis perusahaan yang memiliki risiko tinggi ataupun rendah. Margaretha (2014) menyebutkan bahwa rasio *profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Perusahaan yang memiliki *profitabilitas* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut

mampu mengelola asset atau kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba. *Profitabilitas* merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting, karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan (profit), maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Hasil penelitian Manurung & Wildan (2023), Rudangga & Sudiarta (2016), Abbas et al (2020), Susila & Prena (2019) bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari uraian diatas, maka hipotesis yang diuji adalah :

H2 : *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.3.2.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari total asetnya. Semakin besar suatu perusahaan, maka perusahaan akan semakin dipercaya dalam memberikan tingkat pengembalian yang tinggi oleh investor. Dengan kata lain, perusahaan semakin mudah untuk memperoleh sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar, mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang baik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan adanya kenaikan total aktiva perusahaan yang lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal yang menjelaskan bahwa manajemen perusahaan harus memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen menilai prospek persahaan sehingga investor dapat menganalisis perusahaan yang memiliki risiko tinggi ataupun rendah. Menurut Hidayat (2019), ukuran perusahaan adalah cerminan besar kecilnya perusahaan yang berhubungan dengan peluang dan kemampuan untuk masuk ke pasar modal dan jenis pembiayaan eksternal lainnya yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk meminjam. Sedangkan menurut Abbas et al (2020), Ukuran perusahaan biasa dilihat dari total aset untuk menunjukkan seberapa besar kapasitas suatu perusahaan. Total aset menggambarkan banyaknya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki perusahaan semakin besar ukuran perusahaan tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung & Wildan (2023), Rudangga & Sudiarta (2016), Sembiring & Trisnawati (2019) dan Ramdhonah et al (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pendapat diatas maka ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena penelitian ini menekankan pada pengujian teori melalui variable penelitian berbentuk angka serta melakukan analisis data statistic dari data – data yang didapatkan. Sedangkan berdasarkan pada metode penelitiannya, jenis penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif, yaitu meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan cara merunut peristiwa tersebut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya peristiwa tersebut.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang memiliki sat persamaan karakteristik (Cooper dan Emory, 1995). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik dan dimiliki oleh

populasi tersebut (Sugiyono, 2006). Sampel pada penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia pada periode 2021 – 2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Kriteria sample perusahaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI pada periode penelitian 2021-2024.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode penelitian 2021 -2024.
3. Perusahaan manufaktur yang telah mempublikasikan laporan keuangan tahunan dalam mata uang Rupiah.
4. Perusahaan manufaktur yang memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan

3.3 Sumber dan Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian sekunder karena peneliti tidak melakukan observasi secara langsung, tetapi hanya mengambil data yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain. Data dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri yang ada di Indonesia pada periode 2021 – 2024 dengan sumbernya yang berasal dari website resmi Bursa Efek Indonesia.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan studi pustaka dan dokumentasi. Pada metode studi pustaka, pengumpulan data dilakukan dengan melaksanakan telaah pustaka, mengkaji berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Sedangkan metode dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengambil data dari catatan, dokumentasi, dan pengamatan langsung yang sesuai dengan masalah yang diteliti.

Sampel laporan keuangan perusahaan manufaktur yang dibutuhkan dari tahun 2021 – 2024 dengan variabel yang diteliti yaitu nilai perusahaan, struktur modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Data yang diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.5 Variabel dan Indikator

3.5.1 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat adalah jenis variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, dalam penelitian ini variabel dependen adalah Nilai Perusahaan.

3.5.1.1 Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar oleh investor seandainya perusahaan dijual. Penelitian ini menggunakan rasio *price to book value* (PBV) sebagai proksi dari nilai perusahaan. PBV digunakan untuk melihat berapa besar tingkat *undervalued* maupun *overvalued* harga saham

yang dihitung berdasarkan nilai buku setelah dibandingkan dengan harga pasar. Semakin tinggi rasio PBV maka akan berpengaruh terhadap harga saham, karena semakin tinggi rasio maka semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai (*return*) bagi pemegang saham dan semakin besar rasio PBVnya, semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para investor Manurung & Wildan (2023).

3.5.2 Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain (variabel terikat/dependen). Dalam penelitian ini variabel bebas (independent variable) adalah Struktur Perusahaan (X1), Profitabilitas (X2) dan Ukuran Perusahaan (X3).

3.5.2.1 Struktur Modal (X1)

Menurut Ardianti Fajriana (2016) Struktur modal berkaitan dengan proporsi pendanaan yang akan digunakan oleh perusahaan. Struktur modal yang optimal diperlukan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Struktur modal optimal adalah struktur yang akan memaksimalkan harga saham perusahaan. Sedangkan menurut Ramdhonah et al (2019), struktur modal berpengaruh terhadap kelangsungan operasi perusahaan karena keputusan keuangan yang berkaitan dengan komposisi hutang dengan ekuitas yang harus digunakan perusahaan haruslah sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu memaksimumkan nilai perusahaan. Pada penelitian ini rasio yang digunakan untuk mengukur struktur modal adalah *Debt to Equity Ratio* (DER) :

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

DER digunakan untuk mengetahui komposisi hutang dan ekuitas suatu perusahaan. Penggunaan hutang dalam struktur modal perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan karena dari perspektif investor, penggunaan hutang oleh perusahaan dapat menunjukkan prospek usaha perusahaan dimasa depan. Pemberi pinjaman pastinya sudah lebih dulu menilai kondisi perusahaan tersebut apakah layak diberipinjaman atau tidak. Jika layak, berarti perusahaan tersebut dinilai mampu memenuhi kewajibannya dimasa yang akan datang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pemberi pinjaman atau perusahaan dianggap memiliki prospek usaha yang baik jika diberi pinjaman tersebut.

3.5.2.2 Profitabilitas (X2)

Profitabilitas menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atas pengelolaan asset perusahaan, hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri selama periode tertentu. Tinggi rendahnya nilai rasio *profitabilitas* menggambarkan tingkat efektivitas kinerja manajemen pada kegiatan operasional perusahaan. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas* maka semakin tinggi nilai perusahaan karena semakin besar kemakmuran yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga tingkat *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengukuran *profitabilitas* dengan mengukur ROE (*Return On Equity*) dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Pendapatan Bersih (Net Income)}}{\text{Modal}}$$

3.5.2.3 Ukuran Perusahaan (X3)

Menurut Abbas et al (2020) Ukuran perusahaan biasa dilihat dari total aset untuk menunjukkan seberapa besar kapasitas suatu perusahaan. Total aset menggambarkan banyaknya kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki perusahaan semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Ramdhonah et al (2019). Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar memiliki nilai perusahaan lebih tinggi. Secara teoritis, hal tersebut didasarkan pada kemudahan akses perusahaan besar untuk mendapatkan pendanaan eksternal. Pada penelitian ini, besar kecilnya ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan persamaan:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Assets})$$

3.6. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan software SPSS versi 26 dalam pengolahan data penelitian.

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (mean), varian, maksimum, minimum, sum, average, range,

kurtosis, dan skewness. Pengujian deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran dari sebuah informasi agar informasi tersebut lebih mudah dipahami.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator linier yang baik, maka diperlukan uji asumsi klasik, hal ini dilakukan supaya data sampel yang diolah benar – benar bisa mewakili populasi secara menyeluruh. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah pengujian sebagai berikut:

3.6.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011) model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.

Ghozali (2018:161) menyebutkan untuk menguji normalitas residual melalui dua cara, yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistic (uji *skewness* dan uji statistic non-parametik *Kolmogorov-Smirnov*).

Penelitian ini menggunakan uji statistic non-parametik *Kolmogorov-Smirnov*, untuk menentukan normal atau tidaknya data pada *Kolmogorov Smirnov Test* dapat dilihat dari tingkat signifikansinya, yaitu:

- a. Apabila hasil signifikan $>0,05$ maka data terdistribusi normal.
- b. Apabila hasil signifikan $<0,05$ maka data terdistribusi tidak normal.

3.6.2.2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variable independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah apabila dalam model regresi tidak terjadi korelasi antar variable independen atau variable independen bersifat ortogonal. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai VIF < 10 dengan nilai *tolerance* $\geq 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Apabila nilai VIF > 10 dengan nilai *tolerance* $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas.

3.6.2.3. Uji Auto korelasi

Tujuan uji auto korelasi menurut Ghazali (2018:111) adalah untuk menguji apakah terdapat korelasi antara residual pada periode tertentu dengan residual pada periode sebelumnya dalam model regresi linear. Jika ditemukan adanya korelasi, hal ini disebut masalah autokorelasi yang terjadi karena terdapat residual data observasi yang saling berkaitan. Sedangkan model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak ditemukan auto korelasi di dalamnya. Uji auto korelasi dalam penelitian ini

menggunakan pengujian statistik *Durbin- Watson* (DW-test), kriteria tidak terjadi autokorelasi dalam suatu model regresi adalah apabila $du < DW < 4-du$.

3.6.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018:137) menyatakan tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika terjadi kesamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi dapat dikatakan baik adalah model yang *homoskedastisitas*. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya *heteroskedastisitas* menurut (Ghozali, 2018:138-144) adalah dengan melihat Grafik Plot, Uji Park, Uji White, dan Uji Glejser. Penelitian ini uji *heteroskedastisitas* akan dilakukan melalui uji glejser, yaitu dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel independen, maka ada dapat diindikasikan terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3. Analisis Regresi Linier

3.6.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Sekaran dan Bougie (2017:138-139) menyatakan analisis regresi linier berganda adalah teknik analisis yang digunakan ketika terdapat lebih dari satu variabel independen yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap

satu variable dependen. Sedangkan Ghozali (2018:96) menyebutkan selain mengukur kekuatan hubungan dua atau lebih variable, analisis regresi bertujuan untuk menunjukkan arah hubungan antara variable independen dengan variable dependennya.

Model regresi linier berganda dalam penelitian ini dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 SM + \beta_2 PROF + \beta_3 SIZE + \epsilon$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

SM = Struktur Modal PROF = Profitabilitas

SIZE = Ukuran Perusahaan

ϵ = Error

3.6.3.2. Uji Kebaikan Model (Goodness Fit)

3.6.3.2.1. Uji Statistik F

Ghozali (2018:98) menyebutkan tujuan uji statistik F adalah untuk menguji apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, artinya model regresi adalah layak untuk penelitian (signifikan).
- b. Jika nilai signifikansi $F > 0,05$, artinya model regresi adalah tidak

layak untuk penelitian (tidak signifikan).

3.6.3.2.2. Uji Koefisien Determinasi

Tujuan uji koefisien determinasi (*Adjusted R2*) menurut Ghozali (2018:97) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variable dependennya. Nilai dari koefisien determinasi (*R2*) adalah diantara nol (0) dan satu (1), dimana semakin kecil nilainya berarti kemampuan variable - variable independen dalam menjelaskan variable dependennya sangat terbatas. Sebaliknya, jika koefisien semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan bahwa variable – variable independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan.

3.6.3.3. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98-99) uji t digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh masing-masing variabel independen (struktur modal, profitabilitas, ukuran perusahaan) terhadap variabel dependen (*nilai perusahaan*). Pengujian tingkat signifikan dengan $\alpha = 0,05$ atau 5% dan hipotesa konseptual dari uji t menggunakan persamaan sebagai berikut:

a. $H_0: \beta \leq 0$, artinya struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

$H_1: \beta > 0$, artinya struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

b. $H_0: \beta \leq 0$, artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan.

$H_2: \beta > 0$, artinya profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

c. $H_0: \beta \leq 0$, artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan.

$H_3: \beta > 0$, artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis Positif

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.
2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.

b. Hipotesis Negatif

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_1 ditolak.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_1 diterima.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada riset ini populasinya yaitu perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2022. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, maka diperoleh sampel sebanyak 45 perusahaan. Rincian pengambilan sampelnya adalah :

Tabel 4. 1 Metode Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Perusahaan
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2024	60
2	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan berturut-turut selama periode 2021-2024	(7)
3	Perusahaan yang tidak mempergunakan mata uang rupiah	(5)
4	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan	(4)
5	Sampel yang digunakan	45
6	Jumlah data yang diolah periode pengamatan 4 tahun ($4 \times 45 = 180$ data pengamatan)	180

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2025

Dari tabel tersebut, terdapat 45 perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2024 yang bisa menjadi sampel. Maka dari itu, penelitian ini menggabungkan data-data selama 4 tahun sehingga didapat sebanyak $4 \times 45 = 180$ data perusahaan.

4.2. Analisis Data

4.2.1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018), statistik deskriptif dipergunakan untuk memberi gambaran awal dari suatu data penelitian berupa mean, nilai minimal, nilai maksimal, dan standar deviasi. Sampel sebanyak 180 perusahaan tidak seluruhnya digunakan pada analisis lanjutan. Hal itu dikarenakan peneliti menemukan adanya 41 data outlier atau data bernilai ekstrim yang menyebabkan tidak terpenuhinya asumsi normalitas sehingga terjadi perbedaan jumlah sampel data, dimana data sampel berkurang menjadi 139 perusahaan. Untuk mengetahui gambaran data sebelum dan setelah data outlier, peneliti menampilkan 2 statistik deskriptif. Hasil pengujiannya adalah:

Tabel 4. 2 Hasil Statistik Deskriptif Sebelum *Outlier* Dihilangkan

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y (PBV)	180	-8.9811	11.5165	0.513477	1.8623014
SM	180	-17.6235	41.4795	1.418502	3.9312872
PROF	180	-0.6440	2.8354	0.082386	0.2971573
SIZE	180	22.4420	33.6552	28.097407	2.0557288

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Untuk variabel Nilai Perusahaan dengan proksi PBV (Y), data valid sebanyak 180 dengan nilai terendah = -8,9811; nilai tertinggi = 11,5165; Rata-ratanya = 0,513477 dengan standar deviasi = 1,8623014. Terlihat bahwa rata-rata lebih rendah dari pada standar deviasinya artinya terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah.

Untuk variabel Struktur Modal (SM) dengan proksi DER, data valid sebanyak 180 dengan nilai terendah = -17,6235; nilai tertinggi = 41,4795; Rata-ratanya = 1,418502 dengan standar deviasi = 3,9312872. Terlihat bahwa rata-rata

lebih rendah dari pada standar deviasinya artinya terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah.

Untuk variabel Profitabilitas (PROF) dengan proksi ROE, data valid sebanyak 180 dengan nilai terendah = -0,6440; nilai tertinggi = 2,8354; Rata-ratanya = 0,082386 dengan standar deviasi = 0,2971573. Terlihat bahwa rata-rata lebih rendah dari pada standar deviasinya artinya terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah.

Untuk variabel Ukuran perusahaan (SIZE) dengan proksi Ln Total Aset, data valid sebanyak 180 dengan nilai terendah = 22,4420; nilai tertinggi = 33,6552; Rata-ratanya = 28,097407 dengan standar deviasi = 2,0557288. Terlihat bahwa rata-rata lebih tinggi dari pada standar deviasinya artinya tidak terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah.

Pada penelitian ini terdapat 41 data *Outlier* yang harus dihilangkan, hasil uji statistik deskriptif setelah data *Outlier* dihilangkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Hasil Statistik Deskriptif Setelah *Outlier* Dihilangkan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y (PBV)	139	-0.1340	3.7956	0.249698	0.37328
SM	139	-3.3147	41.4795	1.152837	3.6557574
PROF	139	-0.4041	2.8354	0.099020	0.2768700
SIZE	139	24.5460	33.6552	28.299908	1.9185518

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Untuk variabel Nilai Perusahaan dengan proksi PBV (Y), data valid sebanyak 139 dengan nilai terendah = -0,1340; nilai tertinggi = 3,7956; Rata-ratanya = 0,249698 dengan standar deviasi = 0,37328. Terlihat bahwa rata-rata

lebih rendah dari pada standar deviasinya artinya terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah.

Untuk variabel Struktur Modal (SM) dengan proksi DER, data valid sebanyak 139 dengan nilai terendah = -3,3147; nilai tertinggi = 41,4795; Rata-ratanya = 1,152837 dengan standar deviasi = 3,6557574. Terlihat bahwa rata-rata lebih rendah dari pada standar deviasinya artinya terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah

Untuk variabel Profitabilitas (PROF) dengan proksi ROE, data valid sebanyak 139 dengan nilai terendah = -0,4041; nilai tertinggi = 2,8354; Rata-ratanya = 0,099020 dengan standar deviasi = 0,2768700. Terlihat bahwa rata-rata lebih rendah dari pada standar deviasinya artinya terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah.

Untuk variabel Ukuran perusahaan (SIZE) dengan proksi Ln Total Aset, data valid sebanyak 139 dengan nilai terendah = 24,5460; nilai tertinggi = 33,6552; Rata-ratanya = 28,299908 dengan standar deviasi = 1,9185518. Terlihat bahwa rata-rata lebih tinggi dari pada standar deviasinya artinya tidak terjadi penyimpangan data antara data tertinggi dan data terendah..

4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi nomal.

Untuk mendeteksi normalitas residual, peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil pengujiannya yaitu:

Tabel 4. 4 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Sebelum Data *Outlier* Dihilangkan

		Unstandardized Residual
N		180
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.60304429
Most Extreme Differences	Absolute	0.228
	Positive	0.228
	Negative	-0.196
Test Statistic		0.228
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000 ^c

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, diketahui jika sebelum data *outlier* dihilangkan nilai signifikansi *kolmogorov smirnov* juga masih dibawah 0,05. Artinya, residual data masih belum normal. Untuk mengatasi hal tersebut peneliti menghilangkan (*delete*) sebanyak 41 data *outlier* melalui metode *casewise diagnostic* pada standar deviasi = 2. Peneliti meregresikan kembali data setelah data outlier dihilangkan yang selanjutnya nilai residualnya diuji kembali dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil pengujiannya yaitu:

Tabel 4. 5 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* Setelah Data *Outlier* Dihilangkan

		Unstandardized Residual
N		139
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.12386086
Most Extreme Differences	Absolute	0.075
	Positive	0.075
	Negative	-0.058
Test Statistic		0.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.056 ^c

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi *kolmogorov smirnov* sebesar 0,056 lebih besar dari pada 0,05. Artinya, residual data masih sudah normal. Dengan kata lain, uji normalitas telah terpenuhi dan dapat dilanjutkan uji selanjutnya.

4.2.2.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi multikolinearitas peneliti menggunakan nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SM	0.427	2.344
	PROF	0.427	2.343
	SIZE	0.995	1.005

a. Dependent Variable: Y (PBV)

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diketahui jika variabel Struktur Modal (SM) dengan proksi DER, Profitabilitas (PROF) dengan proksi ROE, dan Ukuran perusahaan (SIZE) dengan proksi Ln Total Aset masing-masing memiliki nilai toleransi lebih dari 0, 10 dan nilai VIF kurang dari 10. Artinya, tidak terjadi multikolinearitas pada data regresi.

4.2.2.3. Hasil Uji Autokorelasi

Autokorelasi menurut Ghozali (2018:111) ditujukan untuk mengestimasi keberadaan korelasi antar residual.. Jika ditemukan adanya korelasi, hal ini disebut masalah autokorelasi yang terjadi karena terdapat residual data observasi yang saling berkaitan. Sedangkan model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak ditemukan autokorelasi di dalamnya. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan pengujian statistik Durbin-Watson (DW-test), kriteria tidak terjadi autokorelasi dalam suatu model regresi adalah apabila $du < DW < 4-du$.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Autokorelasi

n	k	dL	dU	dW	4-dU
139	3	1.679	1.767	1.828	2.233

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diatas diketahui bahwa nilai dW (durbin-watson) sebesar 1,828 sudah berada diantara nilai batas bawah (dU) dan batas atas (4-dU). Artinya, model regresi tidak mengalami autokorelasi. Dengan kata lain, asumsi klasik autokorelasi telah terpenuhi dan dapat dilanjutkan uji selanjutnya

4.2.2.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah menguji apakah sebuah regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan dari pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji *Glejser*. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.128	0.089		1.436	0.153
	SM	0.003	0.003	0.139	1.064	0.289
	PROF	-0.051	0.033	-0.201	-1.540	0.126
	SIZE	-0.001	0.003	-0.024	-0.282	.779

a. Dependent Variable: ABSRES_6

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas diketahui jika Struktur Modal (SM) dengan proksi DER, Profitabilitas (PROF) dengan proksi ROE, dan Ukuran perusahaan (SIZE) dengan proksi Ln Total Aset memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Artinya, tidak terjadi heteroskedastistas. Dengan demikian data dapat dianalisis lanjut

4.2.3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Sekaran dan Bougie (2017:138-139) menyatakan analisis iregresi linier berganda iadalah teknik analisis yang digunakan ketika terdapat lebih dari satu variable independen yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap satu variable dependen. Sedangkan Ghozali (2018:96) menyebutkan selain mengukur kekuatan hubungan dua atau lebih variable, analisis regresi bertujuan untuk menunjukkan arah hubungan antara variable independen dengan variable dependennya. Hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS 26 yaitu:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.803	0.158		11.408	0.000
	SM	0.100	0.004	0.982	22.449	0.000
	PROF	-0.182	0.059	-0.135	-3.092	0.002
	SIZE	-0.058	0.006	-0.300	-10.470	0.000

a. Dependent Variable: Y (PBV)

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Model hasil regresinya yaitu:

$$Y \text{ (PBV)} = 1,803 + 0,100 \text{ SM} - 0,182 \text{ PROF} - 0,058 \text{ SIZE} + e_1$$

Interpretasi untuk model diatas adalah:

1. Konstanta sebesar = 1,803 menyatakan jika tanpa adanya struktur modal (DER), profitabilitas (ROE), dan size (Ln *Total Asset*) maka Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 1,803.
2. Koefisien regresi Struktur Modal dengan proksi DER sebesar 0,100 bernilai positif menyatakan jika variabel Struktur Modal yang mengalami peningkatan 1 persen, maka Nilai Perusahaan (PBV) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,100 persen.
3. Koefisien regresi Profitabilitas dengan proksi ROE sebesar 0,182 bernilai negatif menyatakan jika variabel Profitabilitas mengalami peningkatan 1

persen, maka Nilai Perusahaan (PBV) akan mengalami penurunan sebesar 0,182 persen.

4. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan (SIZE) dengan proksi Ln Total Asset sebesar 0,058 bernilai negatif menyatakan jika variabel ukuran perusahaan yang mengalami peningkatan 1 persen, maka Nilai Perusahaan (PBV) akan mengalami penurunan sebesar 0,058 persen.

4.2.3.1. Hasil Uji Model

4.2.3.1.1. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil pengujiannya yaitu:

Tabel 4. 10 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.112	3	5.704	363.711	0.000 ^b
	Residual	2.117	135	.016		
	Total	19.229	138			

a. Dependent Variable: Y (PBV)

b. Predictors: (Constant). SIZE. PROF. SM

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diatas diketahui jika nilai F sebesar 363,711 dan signifikansi sebesar 0,000. < 0,05 maka persamaan dikatakan sudah tepat karena ada pengaruh simultan yang signifikan Struktur Modal (SM) dengan proksi DER, Profitabilitas (PROF) dengan

proksi ROE, dan Ukuran perusahaan (SIZE) dengan proksi Ln Total Aset terhadap Nilai Perusahaan (PBV).

4.2.3.1.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk melihat seberapa mampu variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.943 ^a	0.890	0.887	0.1252295	1.828

a. Predictors: (Constant), SIZE, PROF, SM

b. Dependent Variable: Y (PBV)

Sumber: data sekunder diolah, 2025

Pada Tabel 4.11 diatas diketahui jika model regresi menghasilkan nilai *adjusted R²* sebesar 0,887 (88,7%). Artinya, Struktur Modal (SM) dengan proksi DER, Profitabilitas (PROF) dengan proksi ROE, dan Ukuran perusahaan (SIZE) dengan proksi Ln Total Aset dapat menjelaskan Nilai Perusahaan (PBV) sebesar 88,7%, sedangkan sisanya sebesar 11,3% adalah variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4.2.3.2. Hasil Uji Hipotesis

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Hasil ujinya adalah:

Tabel 4. 12 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.803	0.158		11.408	0.000
	SM	0.100	0.004	0.982	22.449	0.000
	PROF	-0.182	0.059	-0.135	-3.092	0.002
	SIZE	-0.058	0.006	-0.300	-10.470	0.000

a. Dependent Variable: Y (PBV)

Sumber: data sekunder diolah, 2025

1. Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis pertama adalah untuk menguji apakah : Struktur Modal berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,100 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa : Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, Hipotesis pertama (H_1) yang berbunyi: “Struktur Modal berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan ” dinyatakan ditolak.

2. Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis kedua adalah untuk menguji apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,182 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, Hipotesis kedua (H_2) yang berbunyi:

“Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan” dinyatakan ditolak.

3. Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis ketiga adalah untuk menguji apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar - 0,058 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, Hipotesis kedua (H_3) yang berbunyi: “Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan” dinyatakan ditolak.

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian diketahui jika Struktur Modal berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,100 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dikarenakan manajemen telah mampu memilih susunan pendanaan yang optimal untuk perusahaan. Keputusan pendanaan yang baik akan mempertimbangkan beberapa faktor, seperti biaya modal, risiko keuangan, fleksibilitas keuangan, dan tujuan jangka panjang perusahaan. Ketika keputusan pendanaan yang tepat diambil, beberapa manfaat dapat diperoleh, yang pada

gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Struktur modal yang semakin baik dapat berimbas positif pada nilai perusahaan (Susila & Prena, 2019).

Dalam konteks teori sinyal, keputusan pendanaan dapat diinterpretasikan sebagai sinyal yang dikirimkan oleh manajemen kepada pasar modal dan pemangku kepentingan lainnya. Teori sinyal mengasumsikan bahwa manajemen memiliki informasi yang lebih baik tentang prospek perusahaan daripada yang dapat diamati secara publik, dan mereka menggunakan keputusan pendanaan untuk mengirim sinyal tentang kualitas dan nilai perusahaan kepada pihak luar. Jika manajemen dapat membuat keputusan pendanaan yang baik, ini dapat memberikan sinyal positif kepada pasar dan pemangku kepentingan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Manurung & Wildan (2023), Ardianti Fajriana (2016) dan Ramdhonah et al (2019) bahwa struktur modal berpengaruh negatif dengan nilai perusahaan, yang menggunakan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER). Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian Susila & Prena (2019) yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan karena adanya perbedaan sektor perusahaan yang diteliti, yaitu perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian terdahulu menggunakan perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI.

4.3.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian diketahui jika profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,182 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan perusahaan menggunakan kelebihan dana untuk proyek-proyek yang kurang menguntungkan atau tidak sesuai dengan strategi jangka panjang, ini dapat menurunkan nilai perusahaan. Overinvestment dapat menyebabkan dilusi nilai perusahaan, ketidakseimbangan aset yang tidak efisien, dan risiko keuangan yang meningkat. Selain itu, adanya dominasi hutang untuk membiayai aset perusahaan sehingga profit yang dihasilkan perusahaan akan teralihkan untuk membayar kewajiban liabilitasnya (Ali et al., 2021). Profit yang diperoleh perusahaan tidak mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, adanya kecenderungan pihak manajemen untuk melakukan over investment (investasi yang berlebihan) dapat mengakibatkan nilai perusahaan yang mengalami penurunan.

Dalam teori sinyal, profitabilitas yang tinggi umumnya dianggap sebagai indikator kualitas yang baik, sedangkan profitabilitas yang rendah dapat dianggap sebagai indikator kualitas yang buruk. Perusahaan dengan profitabilitas rendah mungkin dianggap memiliki kinerja operasional yang buruk, masalah manajemen, atau kurangnya daya saing. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi pasar tentang nilai perusahaan dan berdampak negatif pada nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Manurung & Wildan (2023), I Gusti Ngurah Gede Rudangga & Gede Merta Sudiarta (2016), Dirvi Surya Abbas, Ubay Dillah & Sutardji (2020), I Made Pradnya Susila & Gine Das Prena

(2019) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian Dirvi Surya Abbas, Ubay Dillah & Sutardji (2020) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu antara lain adalah sektor perusahaan dalam penelitian ini menggunakan laporan keuangan dari perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di BEI tahun 2021-2024, dimana dalam periode tersebut kondisi perekonomian di Indonesia dalam keadaan kurang baik akibat dari pandemi Covid-19 sedangkan untuk penelitian terdahulu menggunakan sampel perusahaan *food and beverage* dan kondisi perekonomian pada penelitian terdahulu dalam kondisi normal karena belum adanya pandemi.

4.3.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian diketahui jika ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,058 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan kompleksitas operasional yang tinggi dan struktur organisasi yang rumit, yang dapat menyebabkan birokrasi yang berlebihan, pengambilan keputusan yang lambat, dan kurangnya fleksibilitas dalam menanggapi perubahan pasar. Hal ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dan berinovasi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi daya saing dan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan ukuran besar cenderung

memiliki lebih banyak divisi dan unit bisnis, yang dapat menyebabkan masalah koordinasi yang sulit, komunikasi yang tidak efektif, dan kurangnya visibilitas secara keseluruhan terhadap kinerja dan nilai masing-masing unit. Ketidakpastian dan kurangnya transparansi ini dapat mengurangi kepercayaan pasar dan investor, yang dapat mempengaruhi penilaian nilai perusahaan secara negatif.

Dalam konteks teori sinyal, perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung akan menghasilkan sinyal negatif. Perusahaan dengan ukuran lebih tinggi umumnya memiliki nilai perusahaan yang lebih rendah. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada dalam perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dirasakan oleh pemilik aset perusahaan. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaannya (Ramdhonah et al., 2019)

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Manurung & Wildan (2023), I Gusti Ngurah Gede Rudangga & Gede Merta Sudiarta (2016), Selvi Sembiring & Ita Trisnawati (2019) dan Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini mendukung penelitian Dirvi Surya Abbas, Ubay Dillah & Sutardji (2020) serta penelitian Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin & Maya Sari (2019).

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan pada bab sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,100 dengan arah positif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dikarenakan manajemen telah mampu memilih susunan pendanaan yang optimal untuk perusahaan sehingga manajemen dapat membuat keputusan pendanaan yang baik, ini dapat memberikan sinyal positif kepada pasar dan pemangku kepentingan
2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,182 dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan perusahaan menggunakan kelebihan dana untuk proyek-proyek yang kurang menguntungkan atau tidak sesuai dengan strategi jangka panjang, ini dapat menurunkan nilai perusahaan. Profitabilitas rendah akan memberikan pengaruh sinyal persepsi pasar yang negatif atas nilai perusahaan
3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,058

dengan arah negatif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan kompleksitas operasional yang tinggi dan struktur organisasi yang rumit, yang dapat menyebabkan birokrasi yang berlebihan, pengambilan keputusan yang lambat, dan kurangnya fleksibilitas dalam menanggapi perubahan pasar. Aset perusahaan yang besar dapat memperbesar rasa kekhawatiran para pemilik aset atas kebebasan manajemen dalam mempergunakan aset perusahaan sehingga akan memunculkan sinyal negatif atas nilai perusahaan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang ada pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan manufaktur sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021 - 2024 dan belum mampu menyentuh perusahaan di sektor lain.
2. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen saja

5.3. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel independen lainnya yang belum dapat dibahas dalam penelitian ini.
2. Bagi perusahaan diharapkan dapat mempertimbangkan besarnya jumlah struktur modal perusahaan agar penggunaannya dapat dilakukan secara optimal sehingga dapat meningkat nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D., Dillah, U., & Sutardji, S. (2021). Faktor - Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17, 42–49. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i01.274>
- Ahmad, A. W., & Septriani, Y. (2008). Konflik Keagenan : Tinjauan Teoritis dan. Cara Mengurangnya. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 47–56
- Ali, Jamaluddin; Faroji, Ridwan; dan Ali, Osman. 2021. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*. 1 (2) : 128-135
- Amelia, A., Kadir, A., Syahdan, S. A., & Boedi, S. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Ukuran Perusahaan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(4), 4524–4534. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i4.2279>
- Auditta, I.G. , Sutrisno dan Achsin, M. 2011. Pengaruh *Agency Cost* terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol.12, No.02: 284-294.
- Brigham & Houston. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Terjemahan. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Craven, B.M. & Marston, C. L. (1999) Financial reporting on the Internet by leading UK companies, *European Accounting Review*, 8:2, 321- 333 DOI: [10.1080/096381899336069](https://doi.org/10.1080/096381899336069)
- Erlangga, E. dan E. Suryandari. 2009. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR, Good Corporate Governance dan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*. 10 (1) : 57-70
- Fajriana, Ardianti. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal*. 5(2) : 16-28
- Firmansyah, B. R., & Yuniningsih, Y. (2023). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Sub Sektor Makanan dan Minuman Periode 2015-2020). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 33. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.2587>
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Helfert. 2011. *Technique of Financial Analysis*. Boston

- Hidayat, Wastam Wahyu. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Forum Ekonomi*. 21 (1) : 67-75.
- Husnan, Suad. 2014. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto, Hartono. 2016. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kesepuluh. Yogyakarta
- Kurniadiantoyo, G. M., & Kurnia. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Retail Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(10), 1–15.
- Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 1(3), 295–312. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3.5509>
- Makanga, C. N., Laura K., O., Twaha K., K., Isaac N., N., Rachel K., M., & and Munene, J. C. (2025). Oversight mechanisms and public accountability in an emerging economy. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2507216. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2507216>
- Manurung, T. M. S., & Wildan, M. (2023). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode (2016-2020). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 83–90. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1661>
- Matinheikki, J., Kauppi, K., Brandon-Jones, A., & van Raaij, E. M. (2022). Making Agency Theory Work for Supply Chain Relationships: a Systematic Review Across Four Disciplines. *International Journal of Operations and Production Management*, 42(13), 299–334. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-12-2021-0757>
- Mustofa, N., & Suaidah, Y. M. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Ta. JCA (*Jurnal Cendekia Akuntansi*); Vol 1 No 2 (2020): Desember DO - 10.32503/Akuntansi.V1i2.1397. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1397>
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai perusahaan: Konsep dan Aplikasi*. Penerbit Adab.
- Novari, Putu Mikhy dan Lestari, Putu Vivi. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. 5(1) :5671-5694
- Rahardjo, Budi. (2007). *Keuangan Akuntansi*, Yogyakarta: Graha Ilmu

- Rahayu, Maryati dan Sari, Bida. 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal IKRAITH-Humaniora* 2(2) : 69-76
- Ramdhonah, Zahra; Solikin, Ikin; dan Sari, Maya. 2019. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 7 (1) : 67-82.
- Riyana, N., Kusumawardhani, R., & Rinofah, R. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Dampaknya terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 8, 1268–1285. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.1998>
- Rosari, Q. I., & Subardjo, A. (2021). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Firm Size, Dan Sales Growth Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(3).
- Rudangga, I Gusti Ngurah Gede dan Sudiarta, Gede Merta. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen UNUD*. 5 (7) : 4394-4422
- Sari, I. A., & Herusuprihhadi. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Harga Saham. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 6(1), 1–17.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017), Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Sembiring, Selvi dan Trisnawati, Ita. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. 21(1-2) : 173-184
- Susila, I Made Pradnya dan Prena, Gine Das. 2019. Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. 6 (1) : 80-87
- Tangngisalu, J., Halik, A., Marwan, & Jumady, E. (2023). Leverage Analysis, Investment Opportunity Set, and Ownership of Company Value. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11, e992. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i5.992>
- Wijaya, Bayu Irfandi dan Sedana, I. B. Panji . 2015. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4(12) : 4477- 4500.