

Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2019 – 2024

Diana Indah Sri Lestari Pratiwi Anggraini^{a*}, Hwihanus^a

^a Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 17-12-2024

Revised : 30-12-2024

Accepted : 07-01-2025

Keywords: *Capital Structure, Firm Value, Liquidity, Profitability, Sales Growth*

Kata Kunci: *Likuiditas, Nilai Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Struktur Modal*

Corresponding Author:
1222200058@surel.untag-sby.ac.id*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

The food and beverage industry listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) between 2019 and 2024 is the subject of this study, which empirically investigates the link between capital structure, liquidity, sales growth, and business value. Using structural equation modeling (SEM) through SmartPLS 4, this study finds empirical evidence that capital structure significantly influences firm liquidity. However, it was discovered that company value was not significantly impacted by capital structure, liquidity, sales growth, or profitability. These results imply that company value in the food and beverage industry may be more heavily influenced by variables beyond the purview of this investigation.

ABSTRAK

Studi empiris ini menganalisis hubungan antara struktur modal, likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan nilai bisnis dalam industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dari tahun 2019 hingga 2020. Dengan menggunakan analisis persamaan struktural (SEM) melalui SmartPLS 4, penelitian ini menemukan bukti empiris bahwa struktur modal memengaruhi likuiditas bisnis secara signifikan. Namun, tidak ada bukti bahwa struktur modal, likuiditas, pertumbuhan penjualan, atau profitabilitas perusahaan secara signifikan memengaruhi nilainya. Hasilnya menunjukkan bahwa komponen lain di luar lingkup penelitian ini mungkin lebih menentukan nilai perusahaan di industri makanan dan minuman.

PENDAHULUAN

Salah satu elemen penting yang menunjukkan kesuksesan suatu perusahaan dalam

menghasilkan nilai lebih bagi pemegang saham dan pihak terkait lainnya adalah nilai perusahaan yang tinggi, yang menggambarkan keyakinan investor terhadap peluang dan potensi masa depan perusahaan, serta mencerminkan kesehatan keuangan dan operasional yang kuat. Dalam konteks pasar modal, nilai perusahaan berperan sebagai indikator utama bagi investor untuk mengevaluasi kinerja dan potensi investasi jangka panjang.

Struktur modal, likuiditas, dan pertumbuhan penjualan adalah beberapa dari banyak variabel yang dapat memengaruhi nilai bisnis. Struktur modal, yang menggambarkan keseimbangan antara pembiayaan melalui utang dan ekuitas, memiliki peran signifikan dalam menentukan stabilitas keuangan perusahaan. Keputusan tentang struktur modal yang tepat dapat membantu perusahaan meminimalkan risiko keuangan dan mengoptimalkan biaya modal. Pemahaman mendalam tentang struktur modal menjadi penting dalam memastikan perusahaan dapat bertahan dan berkembang di tengah tantangan kompetitif dan ekonomi global yang dinamis.

Nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh likuiditas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Likuiditas yang memadai menunjukkan kesehatan operasional perusahaan dan memberikan sinyal positif kepada investor. Namun, likuiditas yang berlebihan dapat menunjukkan pengelolaan sumber daya yang kurang efisien, yang pada akhirnya dapat memengaruhi profitabilitas dan nilai perusahaan. Dalam konteks bisnis modern, menjaga keseimbangan likuiditas yang optimal menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan, terutama dalam mengelola volatilitas keuangan dan permintaan pasar.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator utama keberhasilan strategi pemasaran dan manajemen operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang konsisten mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Namun, tanpa pengelolaan biaya yang efektif, pertumbuhan penjualan tidak selalu memberikan dampak positif terhadap profitabilitas atau nilai perusahaan. Dalam banyak kasus, pertumbuhan penjualan yang tidak sejalan dengan efisiensi operasional dapat menimbulkan tekanan pada margin keuntungan dan mengurangi daya saing perusahaan.

Profitabilitas adalah variabel mediasi yang dapat menjelaskan bagaimana struktur modal, likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan berinteraksi satu sama lain. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba menunjukkan efisiensi operasional dan daya saingnya di pasar. Profitabilitas yang tinggi tidak hanya menarik perhatian investor tetapi juga memberikan fleksibilitas finansial bagi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya. Profitabilitas memainkan peran sentral dalam mengintegrasikan berbagai keputusan strategis, termasuk investasi, pendanaan, dan operasi, untuk mencapai tujuan keuangan yang berkelanjutan.

Fokus penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019 hingga 2024. Studi ini melihat bagaimana struktur modal, likuiditas, dan pertumbuhan penjualan memengaruhi nilai perusahaan, serta bagaimana profitabilitas berfungsi sebagai mediator. Periode penelitian ini mencakup masa-masa yang penuh tantangan, termasuk dampak pandemi COVID-19 yang memengaruhi stabilitas ekonomi dan operasional perusahaan di Indonesia. Kondisi ini memberikan konteks unik untuk mengeksplorasi dinamika hubungan antara faktor-faktor tersebut dalam lingkungan bisnis yang berubah secara cepat.

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memperkaya literatur keuangan terkait dan membantu pengelola bisnis membuat strategi keuangan yang lebih baik. Aspek-aspek yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, studi ini juga berupaya untuk Menawarkan rekomendasi praktis yang relevan bagi pengambil keputusan, termasuk manajer keuangan, investor, dan pembuat kebijakan, dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan struktur modal, likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas secara strategis.

Dalam konteks akuntansi manajemen, manajer bertindak sebagai agen yang mempengaruhi perilaku anggota organisasi lainnya dalam menerapkan strategi perusahaan (Anthony dan Govindarajan, 2009). Meskipun sistem kontrol manajemen menyediakan kerangka kerja yang sistematis, proses pengendalian itu sendiri melibatkan dinamika sosial yang kompleks. Adanya tujuan pribadi manajer seringkali menjadi tantangan dalam upaya mencapai keselarasan tujuan (goal congruence) antara individu dan organisasi.

Teori agensi menjelaskan bagaimana para pihak yang terlibat dalam hubungan perjanjian mengubah cara pengukuran akuntansi. Ini terutama berkaitan dengan bagaimana manajemen atau perusahaan mengubahnya (Kiswara, 1999: 5 dan Kelly, 1983: 183 dalam Abdurrahman dan Ludigdo, 2004: 249). Menurut penjelasan tersebut, teori agency memiliki pertentangan yang menimbulkan konflik kepentingan antara manajer dan pemilik. Untuk alasan ini, konsepsi akuntabilitas akan dibahas dalam uraian berikut, setelah teori agency, sebagai titik awal perselisihan tentang akuntabilitas. Selanjutnya, akan dibahas keterbatasan konseptual principal agent yang berkaitan dengan akuntabilitas.

Menurut Gitman (2009), struktur modal perusahaan menunjukkan perbandingan antara utang dan modal ekuitas perusahaan. Manajer bisnis harus membuat keputusan pendanaan yang berkaitan dengan penentuan struktur modal dengan hati-hati karena dapat mempengaruhi hasil kerja bisnis dan, pada akhirnya, tercapainya tujuan untuk mengoptimalkan kesejahteraan para pemegang saham.

Penelitian Modigliani dan Miller (1958) memulai teori struktur modal dengan mengatakan bahwa kinerja bisnis tidak dipengaruhi oleh struktur modal dalam situasi

tanpa pajak dan biaya transaksi. Selanjutnya, Modigliani dan Miller (1963) mengubah salah satu keyakinan mereka tentang pajak perusahaan, mengatakan bahwa pajak perusahaan memungkinkan utang digunakan untuk meningkatkan kinerja bisnis.

Likuiditas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek, menurut Hery (2019). Salah satu cara untuk mengetahui seberapa kuat aset lancar sebuah organisasi untuk melunasi utang adalah dengan melihat rasio kas dan rasio lancar. Semakin tinggi rasio ini, semakin likuid perusahaan dan lebih mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya. Namun, nilai rasio yang dianggap ideal dapat bervariasi tergantung pada industri dan ukuran perusahaan, serta faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi.

Profitabilitas adalah kemampuan sebuah organisasi untuk menciptakan keuntungan dalam kurun waktu tertentu, dipengaruhi oleh penjualan dan aset yang dimiliki, dan modal saham. Investor dan calon investor sangat memperhatikan profitabilitas saat memilih perusahaan untuk berinvestasi. Suwardika dan Mustanda (2017) menemukan bahwa tingkat yang lebih tinggi ditunjukkan oleh perusahaan yang memiliki kemampuan untuk mencapai hasil kinerja yang lebih baik. Hal ini dapat menarik investor dan meningkatkan nilai saham perusahaan.

Profitabilitas adalah alat analisis yang bagus untuk menilai kinerja keuangannya dan merupakan bagian penting dari penilaian kesehatan bisnis. Rasio keuntungan dapat digunakan untuk mengukur efektivitas operasional dengan mempertimbangkan investasi dan penjualan, menurut Masyitah dan Bachelorharahap (2018). Dalam ekonomi, profitabilitas menunjukkan prospek yang menjanjikan untuk masa depan. Hery (2015:227) menyatakan bahwa rasio profitabilitas menunjukkan seberapa baik sebuah perusahaan memanfaatkan semua sumber dayanya dan seberapa besar kemungkinannya untuk menghasilkan keuntungan melalui penjualan dan pengelolaan aset dan modal.

Nilai perusahaan, sebagaimana didefinisikan oleh Suroto (2015), merupakan cerminan persepsi pasar terhadap kinerja, potensi pertumbuhan, dan prospek masa depan suatu perusahaan. Harga saham, sebagai representasi dari nilai perusahaan ini, menjadi indikator utama bagi investor untuk menilai daya tarik investasi. Semakin tinggi harga saham, semakin besar minat investor dan semakin tinggi pula potensi keuntungan yang dapat diperoleh, yang mencerminkan kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham.

METODE

Tujuan dari penelitian kuantitatif ini, yang menggunakan pendekatan asosiatif, adalah untuk menyelidiki secara empiris pengaruh struktur modal, likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia (BEI) dari tahun 2019 hingga 2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu laporan keuangan perusahaan. Analisis regresi digunakan untuk menganalisis bagaimana variabel-variabel tersebut berhubungan satu sama lain. Profitabilitas berfungsi sebagai mediasi dalam penelitian ini untuk menentukan apakah mekanisme profitabilitas menjalankan pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan.

Data penelitian diambil dari laporan keuangan tahunan beberapa perusahaan yang teraudit di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ini mencakup variabel struktur modal, likuiditas, pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Data ini dianalisis menggunakan SmartPLS 4.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dari semua perusahaan manufaktur yang bergerak di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dikumpulkan dalam penelitian ini dari 2019 hingga 2024. Metode purposive sampling digunakan untuk memilih sampel penelitian. Beberapa kriteria yang dipertimbangkan termasuk:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang bekerja di industri makanan dan minuman dari 2019 hingga 2024.
2. Perusahaan menyusun laporan keuangan tahunan yang komprehensif untuk periode 2019 - 2024.
3. Data perusahaan relevan dan memenuhi kebutuhan variabel penelitian.

Berikut ini adalah sampel penelitian yang didapat:

Tabel 1. Sampel Penelitian

Nama Perusahaan	Kode
PT Mayora Indah Tbk	MYOR
PT Ultra Milk Industri dan Trading Company Tbk	ULTJ
PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
PT Garuda Food Putra Putri Jaya Abadi Tbk	GOOD
PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
PT Siantar Top Tbk	STTP

Teknik Pengumpulan Data

Data ini berasal dari laporan keuangan tahunan, yang dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), dan mencakup data yang relevan untuk masing-masing variabel penelitian.

Variabel Penelitian

Variabel independen (X);

1. Struktur modal (X1): Diukur menggunakan Debt to Equity Ratio (DER), Debt to Asset Ratio (DAR), dan Long-Term Debt to Equity Ratio (LTDER)
2. Likuiditas (X2): Diukur menggunakan Current Ratio (CR), Quick Ratio (QR), dan Perputaran Piutang.
3. Pertumbuhan Penjualan (X3) : Diukur menggunakan Pertumbuhan Pendapatan, Market Share Growth, dan Pertumbuhan Volume Penjualan.

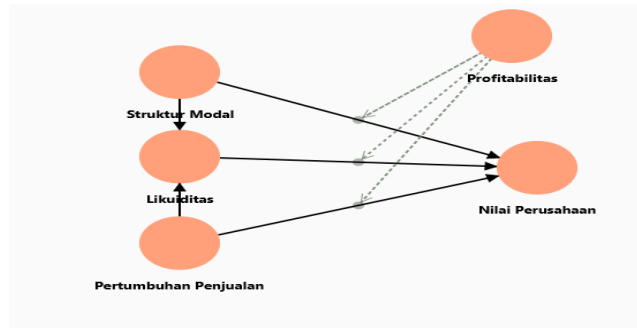
Variabel Mediasi (Z);

1. Profitabilitas: Diukur menggunakan Pendapatan Penjualan, Laba Bersih, Return on Asset (ROA), dan Return on Equity (ROE).

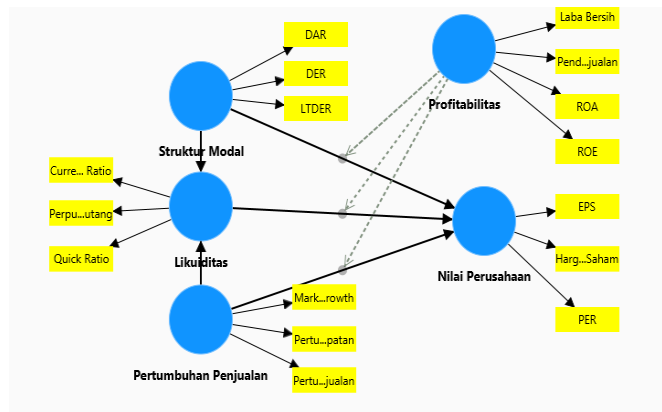
Variabel dependen (Y);

1. Nilai perusahaan: Diukur menggunakan Harga Saham, Earnings per Share (PES), dan Price to Earnings Ratio (PER).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual



Sumber: Hasil olah data SmartPLS4

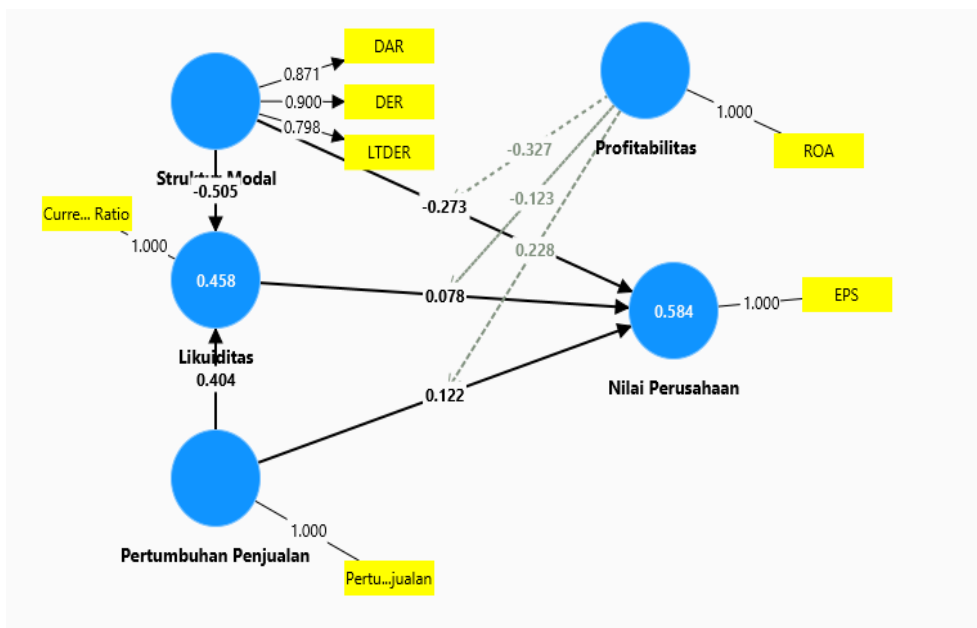
Gambar 2. Model Struktural (Inner Model)

Hipotesis Penelitian

- H1: Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H2: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap likuiditas.
- H3: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
- H4: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H5: Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap likuiditas.
- H6: Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H7: Profitabilitas memediasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.
- H8: Profitabilitas memediasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
- H9: Profitabilitas memediasi pengaruh struktur modal terhadap nilai Perusahaan

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil



Sumber: Olah Data SmartPLS4

Gambar 3. Hasil Bootstrapping

Dapat dilihat dari hasil pengelolaan kalkulasi Bootstrapping dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS4, terdapat beberapa indikator yang tereliminasi dalam proses pengolahan data yang dilakukan dengan kalkulasi Bootstrapping. Sehingga, indikator yang tersisa dari setiap variable untuk dilakukan pengujian lebih lanjut adalah DAR, DER, LTDER merupakan indicator dari variable Struktur Modal, Current Ratio merupakan indicator dari variable likuiditas, Pertumbuhan Volume Penjualan merupakan indicator dari variable Pertumbuhan Penjualan.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis dengan SmartPLS4 (*Path Coefficients Model*)

Ha	Hubungan Variabel	Original Sampel (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviasi (STDEV)	T Statistic ([O/STDEV])	P Values	Significant
H1	Likuiditas -> Nilai Perusahaan	0.078	0.087	0.225	0.347	0.729	Not Significant
H2	Pertumbuhan Penjualan -> Likuiditas	0.404	0.348	0.219	1.848	0.065	Not Significant
H3	Pertumbuhan Penjualan -> Nilai Perusahaan	0.122	0.099	0.343	0.354	0.723	Not Significant
H4	Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0.261	0.289	0.245	1.068	0.286	Not Significant
H5	Struktur Modal -> Likuiditas	-0.505	-0.504	0.145	3.476	0.001	Significant
H6	Struktur Modal -> Nilai Perusahaan	-0.273	-0.233	0.269	1.016	0.310	Not Significant
H7	Profitabilitas x Pertumbuhan Renialan ->	0.228	0.177	0.444	0.514	0.607	Not Significant
H8	Profitabilitas x Likuiditas -> Nilai Perusahaan	-0.123	-0.209	0.304	0.403	0.687	Not Significant
H9	Profitabilitas x Struktur Modal Nilai Perusahaan	-0.327	-0.350	0.261	1.254	0.210	Not Significant

Pembahasan

Hasil uji hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa likuiditas tidak memengaruhi

nilai perusahaan secara signifikan (p -value = 0.729 lebih besar dari 0.05). Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki kemampuan yang cukup untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Dengan demikian, persepsi investor terhadap nilai perusahaan dipengaruhi secara langsung oleh temuan ini. Studi oleh Fitriana et al. (2022) menemukan bahwa likuiditas seringkali tidak menjadi komponen utama dalam penilaian investor, terutama ketika komponen lain seperti struktur modal dan profitabilitas lebih penting. Investor cenderung melihat potensi pertumbuhan jangka panjang daripada kondisi likuiditas perusahaan saat ini, sehingga peran likuiditas dalam meningkatkan nilai perusahaan menjadi kurang signifikan.

Selain itu, hasil uji hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa likuiditas perusahaan tidak terpengaruh secara signifikan oleh peningkatan penjualan (p -value = 0,065 lebih besar dari 0.05). Temuan ini berbeda dengan penelitian Hidayah dan Suryarini (2020), yang menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan dapat meningkatkan likuiditas perusahaan. Ketidaksiharian ini mungkin disebabkan oleh pengalokasian pendapatan dari peningkatan penjualan ke aktivitas lain seperti ekspansi bisnis, pembayaran utang, atau investasi jangka panjang, yang pada akhirnya membatasi peningkatan likuiditas perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan tidak selalu secara langsung tercermin dalam peningkatan kas yang tersedia.

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan, yaitu bahwa pertumbuhan penjualan tidak memberikan dampak langsung terhadap nilai perusahaan (p -value = 0.723 > 0.05). Temuan ini mendukung penelitian Suarningrat dan Setiawan (2013), yang mengungkapkan bahwa pertumbuhan penjualan bukanlah faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan. Investor cenderung menilai nilai perusahaan berdasarkan aspek lain, seperti efisiensi operasional dan profitabilitas, daripada hanya memperhatikan tingkat pertumbuhan penjualan. Peningkatan penjualan yang tidak disertai dengan efisiensi biaya dan peningkatan laba tidak akan secara signifikan memengaruhi persepsi nilai perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) mengindikasikan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (p -value = 0.286 > 0.05). Meskipun profitabilitas umumnya dianggap sebagai indikator kinerja keuangan yang penting, hasil ini menunjukkan bahwa dalam konteks tertentu, investor mungkin lebih mempertimbangkan faktor lain seperti stabilitas pendapatan atau potensi pertumbuhan jangka panjang. Penelitian Agustina et al. (2024) juga menekankan bahwa faktor-faktor eksternal seperti kondisi pasar dan strategi manajemen dapat memengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan, sehingga profitabilitas tidak selalu menjadi penentu utama.

Hasil pengujian hipotesis kelima (H5) memberikan hasil yang signifikan, artinya, struktur modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap likuiditas perusahaan. (p -

value = 0.001 < 0.05). Temuan ini konsisten dengan penelitian Tatnya et al. (2023), yang menunjukkan bahwa struktur modal memainkan peran penting dalam menentukan tingkat likuiditas perusahaan. Rasio utang yang tinggi dapat membatasi fleksibilitas keuangan perusahaan dan memengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kewajiban jangka pendek. Namun, jika struktur modal dikelola secara efisien, perusahaan dapat menjaga likuiditasnya dan mempertahankan operasional yang stabil.

Hasil pengujian hipotesis keenam (H6) menunjukkan bahwa struktur modal tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan (p-value = 0.310 > 0.05). Ini mendukung temuan dalam penelitian Fitriana et al. (2022), yang menyebutkan bahwa struktur modal bukanlah faktor utama yang diperhatikan investor dalam menilai nilai perusahaan. Faktor lain seperti kebijakan dividen, profitabilitas, dan potensi pertumbuhan mungkin lebih memengaruhi persepsi investor dibandingkan komposisi struktur modal perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis ketujuh (H7) menunjukkan bahwa interaksi antara profitabilitas dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai Perusahaan (p-value = 0.607 > 0.05). Temuan ini mendukung hasil penelitian Hidayah dan Suryarini (2020), yang menyatakan bahwa interaksi antar variabel keuangan tertentu tidak selalu memberikan dampak signifikan pada nilai perusahaan. Yang ini menunjukkan bahwa meskipun profitabilitas dan pertumbuhan penjualan penting secara individual, kombinasi keduanya tidak cukup kuat untuk memengaruhi nilai perusahaan secara langsung.

Hasil pengujian hipotesis kedelapan (H8) juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan, yaitu bahwa interaksi antara profitabilitas dan likuiditas Tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan (p-value = 0.687 > 0.05). Hasil ini sejalan dengan penelitian Suarningrat dan Setiawan (2013), yang menyebutkan bahwa likuiditas, meskipun penting, sering kali tidak menjadi perhatian utama dalam penilaian nilai perusahaan. Investor cenderung lebih fokus pada variabel yang mencerminkan potensi pertumbuhan jangka panjang.

Terakhir, hasil pengujian hipotesis kesembilan (H9) menunjukkan bahwa interaksi antara profitabilitas dan struktur modal tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (p-value = 0.210 > 0.05). Hasil ini sejalan dengan penelitian Tatnya et al. (2023), yang menunjukkan bahwa struktur modal dan profitabilitas lebih efektif jika dianalisis secara terpisah daripada dalam bentuk interaksi. Interaksi keduanya mungkin tidak cukup kuat untuk memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Studi ini menunjukkan bahwa struktur modal memengaruhi likuiditas bisnis secara signifikan, menunjukkan bahwa pengelolaan utang dan ekuitas sangat penting untuk

membantu bisnis memenuhi kewajiban jangka pendek. Tetapi nilai perusahaan tidak terpengaruh secara signifikan oleh likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas. Tampaknya investor lebih memperhatikan hal-hal lain seperti efisiensi operasional, stabilitas pendapatan, dan peluang pertumbuhan jangka panjang. Selain itu, nilai perusahaan tidak dipengaruhi secara langsung oleh struktur modal; ini menunjukkan bahwa faktor-faktor di luar struktur modal lebih banyak memengaruhi cara investor melihat nilai perusahaan.

Saran

Untuk menjaga likuiditas yang memadai dan mengurangi risiko finansial, perusahaan disarankan untuk mengoptimalkan pengelolaan struktur modal mereka. Manajemen juga perlu berfokus pada peningkatan efisiensi operasional dan strategi pengelolaan laba untuk menarik perhatian dan kepercayaan investor. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang hal-hal yang memengaruhi nilai perusahaan, penelitian lebih lanjut harus memasukkan variabel dari luar, seperti kebijakan pemerintah, kondisi pasar, atau faktor industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Y dan Unti, L. 2004. "Dekonstruksi Nilai-nilai agency theory dengan nilai-nilai syaria'ah: suatu upaya membangun prinsip-prinsip akuntansi yang bernafaskan Islam". Makalah Simposium Sistem Ekonomi Islam II, Malang 28-29 Mei.
- Agustina, Y. H., Rafikri, A. A., Ihsan, D. M., & Wijaya, S. (2024). Manajemen Perpajakan Pada Perusahaan Perdagangan Dan Distribusi Produk Pangan Dan Kesehatan. *Akuntansiku*, 3(1), 30-37.
- Febrianto, H., Arifin, Z., & Suryana, D. (2023). Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 10(2), 45–56.
- Fitriana, A. I., Febrianto, H. G., & Sunaryo, D. (2022). Determinan Manajemen Pajak Pada Perusahaan Aneka Industri. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(3), 350-358.
- Gitman, Lawrence. 2009. *Principles of Manajerial Finance 12th Edition*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Govindarajan dan Anthony, 2009, *Sistem Pengendalian Manajemen*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Hery. 2018. *Analisis Laporan Keuangan: Integrated and Comprehensive Edition*. Cetakan Ketiga. PT. Gramedia: Jakarta.
- Hidayah, S. L., & Suryarini, T. (2020). *Pengaruh Faktor Keuangan dan Non Keuangan*

- Terhadap Manajemen Pajak dengan Indikator Tarif Pajak Efektif. *STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), 143-158.
- Modigliani, F. And M. Miller. 1958. The Cost of Capital, Corporation Finance and Theory of Investment. *American Economic Review*, 48, 261-297.
- Modigliani, F. and M. Miller. 1963. Corporate Income Taxes and The Cost of Capital: A Correction. *American Economic Review*, 53, 433-443.
- Nugraha, R., & Putri, A. S. (2024). Profitabilitas Sebagai Mediasi Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 15(1), 87-98.
- Prasetyo, T. H., & Kurniawati, N. (2023). Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(3), 234-245.
- Pratiwi, D., & Nurhayati, S. (2020). Struktur Modal dan Nilai Perusahaan: Pendekatan Teori Trade-Off. *Jurnal Manajemen Strategis*, 12(1), 56-68.
- Saputra, W., Putra, A., & Rini, M. (2022). Hubungan Struktur Modal, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 18(4), 342-355.
- Sari, D., & Yulia, N. (2022). Analisis Pertumbuhan Penjualan dan Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Kontemporer*, 14(3), 98-110.
- Suarningrat, L. F., & Setiawan, P. E. (2013). Manajemen Pajak Sebagai Upaya Untuk Efisiensi Pajak Penghasilan Wajib Pajak Badan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(2), 291-306.
- Suroto. (2015). Pengaruh keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode Februari 2010 - Januari 2015). *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 4(3), 100- 117.
- Tatnya, H. Z. A., Imani, S. R., Wildany, T. A., Zahirah, N. A., & Wijaya, S. (2023). Strategi Manajemen Perpajakan Pada Perusahaan Sektor Energi. *Journal of Law, Administration, and Social Science*, 3(2), 164-175.
- Wijayanti, A., & Arifin, B. (2021). Likuiditas dan Kinerja Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Keuangan. *Jurnal Riset Keuangan*, 9(2), 77-89.