

PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR FOOD AND BEVERAGES YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019 – 2023

Lolita Miranda¹, Yamasitha², Muhammad Pondrinal³

Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang^{1,2,3}

lolitamiranda2209@gmail.com, yamasithasio@gmail.com, m.pondrinal@gmail.com

Received: 12-02-2025

Revised: 21-02-2025

Approved: 03-03-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 yaitu sebanyak 43 perusahaan sub sektor food and beverages. Teknik pemilihan sampel menggunakan purposive sampling dan mendapatkan sampel sebanyak 19 sampel. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan analisis jalur di SPSS 25. Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan disimpulkan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. Pada analisis jalur ditemukan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Keputusan Penjualan, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal, Nilai Perusahaan Dan Profitabilitas

PENDAHULUAN

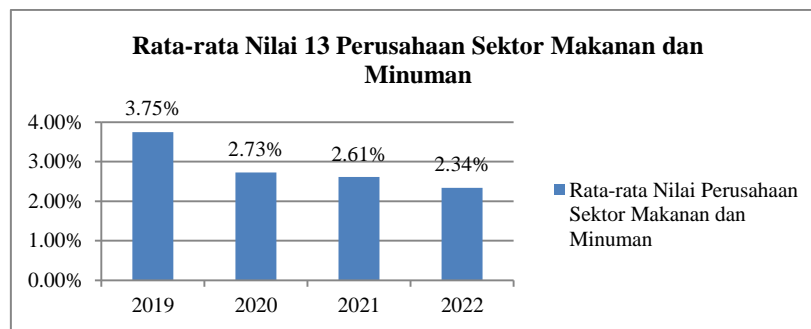
Dalam era perkembangan perekonomian saat ini, setiap perusahaan harus selalu berusaha memaksimalkan keuntungan untuk mempertahankan eksistensinya. Pada perekonomian Indonesia, salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga. Agar tetap kompetitif dan sukses dalam menghadapi perkembangan zaman yang sangat pesat pada semua perusahaan dalam industri makanan dan minuman perlu menerapkan strategi dan kebijakan tertentu. Setiap perusahaan harus selalu berusaha memaksimalkan keuntungan untuk mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu, setiap perusahaan berupaya untuk terus meningkatkan kinerjanya yang tercermin dalam nilai perusahaan (Luthfiani et al., 2022). Dalam <https://indonesia.go.id/2024> menyatakan bahwa pertumbuhan positif investasi dan ekspor di sektor makanan dan minuman menjadi salah satu pilar utama penopang perekonomian Indonesia, dengan kontribusi signifikan sebesar 6,55% terhadap PDB nasional. Momentum Ramadhan dan Idul Fitri 2024 memberikan peluang strategis bagi pelaku industri ini untuk mencetak “panen penjualan”, seiring dengan meningkatnya konsumsi masyarakat. Selain men-

catat surplus neraca perdagangan sebesar USD 25,21 Miliar pada 2023, sektor ini juga menarik minat investor dengan realisasi investasi yang mencapai Rp.85,10 Triliun. Hal ini didukung oleh peningkatan industri makanan dan minuman di perekonomian di Indonesia, yang sebagian besar di dorong oleh peningkatan sub sektor tersebut. Dari tahun 2020 hingga 2021, industri ini meningkat sebesar 2,54% menjadi Rp.775,1 Triliun, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), dengan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp.1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai ini merupakan porsi 38,05% dari PDB industri. Dikutip dari www.djkn.kemenkeu.go.id (Khoirunisa & Adelia, 2024).

Menurut www.cnbcindonesia.com, industri makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami pemulihan meskipun belum kembali normal. Adhi S Lukman, Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI), Mengatakan pemulihan ini telah terjadi, meskipun permintaan lokal dan ekspor mampu mendorong pemulihan. Pengolahan makanan dan minuman adalah industry yang paling berkembang di Indonesia, dimana banyak perusahaan yang bersaing dipenjualan. Perusahaan besar dan kecil bersaing dipasar, dengan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mencatat penjualan bersih Rp.17,18 Triliun pada kuartal 1 2022, bersama dengan Wings Group dan Garuda Food. Perusahaan – perusahaan ini telah memulai strategi untuk menarik pelanggan melalui harga dan berinovasi untuk membuat produk yang disesuaikan dan bernilai tambah yang menargetkan pelanggan (Khoirunisa, n.d.-a, 2024). Maka dari itu, keadaan seperti ini menandakan bahwa nilai perusahaan bertumbuh seiring dengan meningkatnya keputusan investor untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan. Menurut (Mardiah hasanah nasution, 2021) nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga saham di pasar modal terbentuk berdasarkan kesepakatan antara permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham merupakan *fair price* yang tepat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan, naik turunnya harga saham perusahaan dipasar modal mempengaruhi kecenderungan nilai perusahaan menurun. Pertimbangan investor yang utama dalam melihat kinerja perusahaan adalah dengan melihat tinggi rendahnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat juga menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang. Bagi perusahaan yang sudah go public, nilai perusahaan ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa, yang dapat dilihat pada harga pasar saham. Nilai perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, salah satu alat ukur yang dapat digunakan yaitu dengan menghitung price to book value. Price to book value (PBV) merupakan rasio keuangan yang membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (Tiwi Herninta, 2019). Salah satu subsektor industri yang berdampak pada melemahnya harga saham di pasar modal adalah sektor manufaktur, khususnya industri konsumsi barang. Perubahan harga saham pada sektor ini dapat mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja keuangan, prospek pertumbuhan, serta kondisi ekonomi secara keseluruhan.

Industri food and beverages merupakan sub sektor industri yang sangat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, pada tahun 2019 – 2022 rata – rata nilai perusahaan pada industri ini mengalami penurunan. Fenomena ini terjadi ketika masuknya wabah Covid-19 yang berdampak menurunnya harga saham karena investor memutuskan untuk menjual kembali sahamnya guna mengamankan investasi mereka. Selain itu, saat kondisi tersebut daya beli masyarakat juga menurun karena kondisi ekonomi yang melemah yang berdampak pada kinerja perusahaan makanan

dan minuman. Berikut gambar grafik rata – rata nilai perusahaan sektor makanan dan minuman 2019 – 2022.



Gambar 1. Rata-rata Nilai Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman

Sumber : (Danu, 2023)

Rata – rata nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman 2019 – 2022 pada grafik diatas masih tergolong *overvalued* namun terus terjadi penurunan (Danu, 2023). Penurunan itu terjadi dikarenakan adanya virus Covid-19. Pada tahun 2021, kasus korban virus Covid-19 di Indonesia sedang tinggi dan pemberhentian pekerja terus terjadi. Hal tersebut mengakibatkan perekonomian di Indonesia semakin terpuruk yang diikuti dengan adanya Program Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Rata – Rata nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada tahun 2019 yakni 3,75. Namun pada tahun 2020 – 2022 mengalami penurunan. Pada tahun 2020 rata – rata nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman mencapai 2,73. Pada tahun 2021 rata – rata nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yakni 2,61 dan pada tahun 2022 menurun hingga mencapai angka 2,34. Dikutip dari (<https://dataindonesia.id/>) kinerja perusahaan sub sektor food and beverages pada tahun 2019 berada pada persentase 7,78%. Pada tahun 2020 kinerja perusahaan menderita depresiasi sebesar 6,2% yang disebabkan adanya pandemic covid-19. Lantas pada tahun 2021 mendapati peningkatan sebesar 0,9% dan kembali meningkat secara pesat sebesar 2,36% pada tahun 2022 yang menunjukkan adanya kebangkitan pasca pandemi covid-19. Namun pada tahun 2023 kuartal II Food and Beverages kembali mengalami penyusutan sebesar 0,71% atas kuartal sebelumnya, yang disebabkan karena adanya pergeseran pola pengeluaran konsumen yang lebih memilih mengeluarkan uang untuk berwisata dibandingkan membeli makanan yang tergolong kebutuhan primer. Namun berdasarkan (<https://kemenperin.go.id/>) Sektor 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 mencatat pertumbuhan sebesar 6,91% meskipun mengalami tekanan akibat pandemi Covid-19. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) fokus mendukung sektor manufaktur untuk bangkit dari kondisi kontraksi dan kembali positif, serta menjadi kontributor pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu Sektor Manufaktur juga memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada kuartal 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, computer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik sebesar 1,57%, industri alat angkutan 1,46%, serta industri tekstil dan pakaian jadi sebesar

1,05% (<https://kemenperin.go.id/>). Lima sub sektor industri dengan nilai ekspor terbesar adalah industri makanan dan minuman (19,58%), industri logam dasar (13,78%), industri kimia, farmasi dan obat tradisional (9,28%), industri barang dari logam, computer, barang elektronik, optik dan peralatan listrik (7,63%), serta industri tekstil dan pakaian jadi (5,86%). (<https://kemenperin.go.id/>). Hal tersebut mencerminkan bahwa perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki potensi sebagai sub sektor yang cocok untuk diinvestasikan, sehingga tak heran bahwa sub sektor ini digemari oleh para investor sebagai sub sektor yang diinvestasikan.

Perusahaan sub sektor food and beverages merupakan perusahaan yang berkecimpung pada bagian produksi barang yang akan diperjual belikan demi mendapat laba semaksimal mungkin. Sebagai salah satu sub sektor yang menjanjikan tentunya akan menjadi penarik para investor. Namun, sebelum melakukan investasi, para investor tentunya akan melakukan riset terlebih dahulu. Nilai perusahaan tinggi mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan sehingga mampu menarik para investor dalam berinvestasi (Ramadhanti & Cipta, 2022). Berdasarkan gambar 1.1, nilai perusahaan sub sektor food and beverages 2019 – 2022 terjadi penurunan. Maka dari itu, perlu untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Keberhasilan dan kesuksesan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas dari berbagai keputusan keuangan yang diambil manajer. Optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Tujuan perusahaan dapat dicapai melalui fungsi – fungsi manajemen keuangan dengan hati – hati dan tepat salah satunya melalui keputusan investasi (N. Perusahaan et al., 2022). Beberapa peneliti meyakini bahwa keputusan investasi mampu meningkatkan nilai perusahaan, melakukan kegiatan investasi merupakan keputusan tersulit bagi manajemen perusahaan karena akan mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan melakukan investasi bertujuan untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang (Dela & Nurhayati, 2020). Dalam penelitian (Arsyada et al., 2022) menyatakan bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan hasil penelitian (Ekonomika & Vol, 2019) menyatakan bahwa keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Sukadana dan Triaryati dalam (Cahyani & Rahayu, n.d., 2022) pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang sangat penting untuk mengukur seberapa besar pendapatan yang akan dihasilkan perusahaan dalam menjual produk barang atau jasa yang ditawarkan. Pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan dapat menentukan pertahanan hidup dan berkembang selain dari hutang dan modal sendiri, perusahaan juga mendapatkan dana dari penjualan produk dan jasa yang ditawarkan. Manajemen perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualan produknya agar pertumbuhan penjualan dapat seimbang dengan keuntungan perusahaan. Pertumbuhan penjualan digunakan untuk memprediksikan penjualan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan juga dapat digunakan untuk menunjukkan seberapa besar daya saing perusahaan dalam pasar. Apabila pertumbuhan penjualan meningkat maka akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu struktur modal juga merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan lantaran akan berpengaruh terhadap besarnya risiko yang akan ditanggung oleh pemegang saham serta besarnya tingkat pengembalian dan keuntungan yang diinginkan. (Santoso, 2020) Nilai perusahaan juga

dipengaruhi oleh struktur modal, dimana ketika perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi sehingga memiliki jumlah laba ditahan yang besar dibandingkan dengan tingkat hutang yang dimiliki, maka perusahaan dapat memaksimalkan nilai perusahaan serta memakmurkan pemegang saham dengan mengeluarkan dividen yang besar.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. (Jayantika, 2020) Profitabilitas Perusahaan memberi sinyal kepada investor bahwa manajemen perusahaan sudah memaksimalkan investasi dengan terwujudnya keuntungan yang diperoleh. Perhitungan rasio profitabilitas digunakan sebagai dasar perhitungan profit atau imbal hasil yang diterima dalam menginvestasikan dana yang dimiliki. Selain sebagai dasar penilai imbal hasil yang akan diperoleh, profitabilitas juga merupakan cerminan dari keberhasilan manajemen dalam meningkatkan efisiensi operasional usaha sehingga tercapai keuntungan yang maksimal. Salah satu faktor keberhasilan perusahaan adalah dengan memaksimalkan efisiensi dan efektifitas suatu organisasi dalam rangka tercapainya tujuan. Oleh karena itu profitabilitas diyakini memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian dilakukan pada sub sektor food and beverages karena sub sektor ini merupakan salah satu sektor dengan peminat yang tinggi dikarenakan sub sektor dengan usaha barang konsumsi yang akan terus digunakan masyarakat serta sub sektor ini merupakan sektor penting pada PDB yang dapat dilihat dari kontribusinya sehingga dapat menarik perhatian para investor. Adapun penilaian ini diukur melalui keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, struktur modal dan profitabilitas pada sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KAJIAN TEORI

Grand Theory

Teori Keagenan (*Theory Agency*)

Dalam teori keagenan menjelaskan tentang dua pelaku ekonomi yang saling bertentangan yaitu *principal* dan *agent*. Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (*principal*) memerintah orang lain (*agent*) untuk melakukan suatu jasa atas nama *principal* serta memberi wewenang kepada *agent* memiliki tujuan yang sama maka *agent* akan mendukung dan melaksanakan semua yang diperintahkan oleh *principal*. Menurut (Lesmono & Siregar, 2021) *Agency theory* merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan selaku agen dengan pemilik modal selaku pihak *principal*. Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul karena ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut. Pihak manajemen adalah tenaga profesional (*agent*) yang lebih mengerti dalam menjalankan manajemen perusahaan agar pemilik perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin. Sedangkan pihak *principal* adalah pemilik perusahaan (pemegang saham) yang menginginkan memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang sudah dikeluarkannya dan akan memberikan insentif kepada *agent* berbagai macam fasilitas baik finansial maupun nonfinansial.

Menurut (Anggraeni, 2022) Dalam *agency theory* dikenal adanya kontrak kerja, yang akan mengatur proporsi utilitas masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja adalah seperangkat aturan yang mengatur mengenai mekanisme bagi hasil, baik yang berupa keuntungan (*return*)

maupun risiko (risk) yang disetujui oleh prinsipal dan agen. Selain itu, kontrak kerja yang optimal adalah kontrak yang seimbang antara prinsipal dan agen yang secara sistematis memperlihatkan pelaksanaan kewajiban yang optimal oleh agen dan pemberian imbalan khusus oleh prinsipal kepada agen. Kajian mengenai bagaimana membuat suatu kontrak kerja yang optimal merupakan kunci bagi terwujudnya suatu hubungan prinsipal-agen yang ideal.

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal. Perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi sebagai akibat adanya asimetri informasi yang berarti bahwa pihak eksekutif perusahaan atau manajer memiliki informasi yang lebih baik mengenai perusahaannya untuk menyalurkan informasi tersebut kepada investor yang juga akan mendorong perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sinyal ini berupa keputusan manajer yang biasa dalam bentuk kesepakatan pembagian dividen. Aryani & Fitria menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan yang memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaan akan memicu untuk memberikan informasi tersebut kepada calon investor. Informasi perusahaan dapat disampaikan melalui laporan tahunan perusahaan, dimana perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dengan mengirimkan sinyal berupa laporan tahunan tersebut (Syahputri et al., 2024)

Middle Range Theory

Manajemen

Menurut (Suprpto & Karsa, 2023) Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan pengambilan keputusan dalam rangka mencapai tujuan atau sasaran organisasi. Manajemen melibatkan pengelolaan semua sumber daya organisasi, termasuk sumber daya manusia, keuangan, teknologi, dan material dengan tujuan mengoptimalkan kinerja organisasi. (Bambang Kurniawan, 2024) Mengemukakan pendapat bahwa manajemen adalah suatu aktifitas yang dimulai dengan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengkoordinasian dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses atau aktivitas yang melibatkan serangkaian langkah, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, pengawasan dan pengambilan keputusan yang bertujuan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia.

Manajemen Keuangan

Menurut (Jaya et al., n.d. 2023) Manajemen Keuangan merupakan kegiatan kegiatan keseluruhan yang kaitannya dengan upaya untuk mendapatkan, menggunakan dan mengelola dana untuk memaksimalkan nilai efisiensi operasi yang di jalankan oleh perusahaan. Manajemen keuangan bisa mengkomodasi semua kegiatan organisasi untuk bisa memperoleh, mengalokasikan serta memanfaatkan dana secara efektif dan efisien. Manajemen keuangan tidak hanya berfokus untuk bagaimana mendapatkan dana tetapi juga bagaimana menggunakan, memanfaatkan dan mengelola yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal. (Fachrurazi et al., 2022) Manajemen keuangan meliputi seluruh aktivitas organisasi dalam rangka mendapatkan, mengalokasikan serta menggunakan dana secara efektif dan efisien. Sedangkan

menurut (Ii, 2020) Manajemen keuangan adalah salah satu fungsi operasional yang berkaitan dengan pengolahan keuangan yang pada dasarnya dilakukan oleh individu, peusahaan, maupun pemerintah. Manajemen keuangan memiliki peran penting dalam perkembangan sebuah perusahaan. Manajemen keuangan adalah salah satu bidang ilmu pengetahuan yang penting, dengan mempelajari ilmu manajemen keuangan, seseorang akan mempunyai kesempatan yang lebih luas dalam pekerjaan dan perkembangan karirnya. Dengan kata lain manajemen keuangan merupakan pengelolaan mengenai bagaimana memperoleh asset, mendanai asset dan mengelola asset untuk mencapai tujuan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen didefinisikan sebagai aktivitas pengelolaan keuangan perusahaan yang berhubungan dengan upaya mencari dan menggunakan dana secara efisien untuk mewujudkan tujuan perusahaan.

Applied Theory

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan adalah nilai pasar suatu perusahaan dimana jika harga saham naik maka tingkat kesejahteraan para pemegang saham juga naik karena pemegang saham telah memilih orang – orang kompeten dibidangnya untuk mengolah perusahaan. Nilai perusahaan yang baik merupakan suatu tujuan oleh setiap perusahaan karena apabila nilai perusahaan yang tinggi maka akan menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan (Kusumawati dan Setiawan) dalam (*No Title*, 2020). Bagi perusahaan *go public*, pergerakan nilai perusahaan akan menjadi pertimbangan calon investor dalam mengambil keputusan investasi yang tepat. Peningkatan nilai perusahaan yang signifikan menandakan bahwa perusahaan mampu bertahan dalam jangka panjang. Kondisi tersebut akan berdampak pada meningkatnya aktivitas operasional dan kinerja keuangan perusahaan, sehingga tujuan perusahaan untuk memaksimalkan laba dan mensejahterakan pemegang saham dapat tercapai. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan operasionalnya, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai asset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan juga dapat memberikan fungsi yang sangat penting bagi perusahaan yaitu dapat memberikan informasi kepada pemegang saham mengenai kinerja perusahaan di masa lalu dan rencana untuk masa yang akan datang, serta sebagai bahan pertimbangan perusahaan mengenai kebijakan – kebijakan pendanaan perusahaan yang dapat mempengaruhi harga saham di bursa efek terkait dengan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat memberikan gambaran kepada pihak manajemen mengenai apa yang harus dipikirkan oleh investor terhadap kinerja perusahaan di masa lalu dan harapan di masa depan (P. Profitabilitas, 2023). Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Investor dapat melihat menggunakan harga saham perusahaan sebagai acuan apakah perusahaan itu baik atau tidak kedepannya. Maka dari itu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya (Information & Journal, 2023). Dalam (Akuntansi et al., 2024) menurut (Purnamasari, rakhman, & Vita)

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya yang tercermin dalam harga saham perusahaan. Nilai perusahaan juga merupakan tolak ukur atas kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perorangan maupun sekelompok orang dengan tujuan mendapatkan keuntungan, dengan mempertimbangkan seluruh asset perusahaan termasuk jumlah hutang dan modal sendiri. Menurut Minar Savitri, Kurniasari, & Mbiliyora (2021) dalam (J. Burhan et al., 2024) Nilai perusahaan adalah pandangan investor mengenai perusahaan yang biasanya dilihat dari harga saham. Nilai perusahaan dapat diukur melalui harga saham dipasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh public terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik – titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik – titik kestabilan kekuatan penawaran harga secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor, atau sering disebut ekuilibrium pasar.

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari hutang dan ekuitas. Semakin tinggi nilai perusahaan akan meningkatkan nilai saham yang akhirnya akan mendatangkan investor (A. P. Profitabilitas et al., 2023). Nilai perusahaan diciptakan oleh perusahaan melalui kegiatan perusahaan di waktu ke waktu agar mencapai nilai perusahaan yang maksimum diatas nilai buku. Penilaian terhadap suatu perusahaan dalam bidang akuntansi dan keuangan sekarang masih beragam. Disuatu pihak, nilai perusahaan ditunjukkan dengan laporan keuangan perusahaan, khususnya neraca yang berisi informasi keuangan masa lalu, sementara pihak lain beranggapan bahwa nilai perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham disuatu perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Hidayat & Tasliyah, 2022). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan di masa depan (Yuni, 2022).

Keputusan Investasi

Menurut Rizky et al., (2020) Keputusan Investasi adalah keputusan yang mengalokasikan atau menempatkan sejumlah dana tertentu ke dalam jenis investasi tertentu, dapat juga dikatakan sebagai suatu langkah yang dipilih investor dalam kegiatan penanaman modalnya berdasarkan pertimbangan serta pengalaman yang dimiliki. Keputusan investasi memiliki dimensi waktu jangka panjang sehingga keputusan yang di ambil harus dipertimbangkan dengan baik. Dalam (Sulistyowati et al., 2022) Menurut (Fridana & Asandimitra, 2020) keputusan investasi adalah pilihan yang digunakan untuk mendapatkan pendapatan guna memperoleh return dimasa yang akan datang. Sedangkan menurut (Yolanda & Tasman, 2020) Keputusan investasi digunakan untuk menanamkan modal pada produk – produk investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan dimasa yang datang. Keputusan investasi menjadi langkah yang dilakukan investor dalam penentuan tempat, waktu, dan dana yang akan digunakan untuk investasi pada produk – produk keuangan guna memperoleh return (Hanifah et al., 2022). Keputusan investasi merupakan kebijakan atau keputusan untuk mengalokasikan modal pada satu atau lebih asset dengan tujuan memperoleh profit di masa depan, ini melibatkan pertimbangan tentang bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke

berbagai bentuk investasi yang dapat menghasilkan keuntungan di masa depan (S. D. Cahyani et al., 2024) Dari beberapa definisi yang telah di jabarkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi adalah keputusan yang dilakukan oleh manajer keuangan untuk mengalokasikan dananya berupa investasi guna untuk mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.

Pertumbuhan Penjualan

Menurut Kennedy, dkk dalam (Ayu et al., 2021) Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan harta atau aktiva dan bila penjualan ditingkatkan maka aktiva pun harus ditambah, dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Menurut Kasmir Pertumbuhan penjualan (sales growth) adalah cara perusahaan untuk menunjukkan keahliannya untuk memasarkan hasil produknya. Pertumbuhan penjualan yang tinggi berindikasi bahwa pendapatan perusahaan meningkat seiring dengan peningkatan perolehan laba pada perusahaan tersebut. Rasio pertumbuhan merujuk pada perbandingan yang mencerminkan kapabilitas perusahaan dalam mempertahankan stabilitas ekonominya dalam menghadapi pertumbuhan sektor ekonomi yang terkait. Stabilitas pertumbuhan perusahaan berkontribusi positif terhadap profitabilitasnya (Sakfrasani, 2024). Dalam (Irna et al., 2024) Pertumbuhan penjualan (Sales Growth) merupakan perubahan penjualan pada laporan keuangan per tahun, Sya'dah & Huda. Pertumbuhan penjualan ini sering kali digunakan oleh investor untuk menilai kesehatan dan potensi pertumbuhan dari perusahaan. Kenaikan penjualan yang konsisten menandakan adanya permintaan pasar yang kuat terhadap produk atau layanan perusahaan sebagai tanda kinerja pemasaran yang efektif. Sedangkan jika perusahaan mengalami penurunan penjualan menandakan bahwa perusahaan sedang mengalami penurunan pada kinerja bisnisnya. Selain itu, investor cenderung lebih berminat pada perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan dengan peningkatan laba yang stabil, karena berarti perusahaan dapat memberikan pengembalian investasi yang tinggi kepada mereka. Hal ini tentunya akan dapat meningkatkan nilai perusahaan dimana pandangan dan kepercayaan investor terhadap perusahaan meningkat. Berdasarkan definisi diatas yang diungkapkan oleh para peneliti, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berarti meningkatnya penjualan suatu perusahaan dari tahun ke tahun dan dapat juga menggambarkan tingkat profitabilitas perusahaan. Tingginya tingkat pertumbuhan penjualan yang dimiliki oleh perusahaan menandakan bahwa kinerja perusahaan semakin baik dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Dan pertumbuhan penjualan juga sering menggambarkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah perencanaan didalam penelitian yang menjelaskan secara rinci mengenai rencana penelitian. Penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dan pengambilan data sekunder dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023 yang sudah dipublikasikan melalui medis perantara atau secara tidak langsung berupa website, jurnal, maupun catatan. Penelitian ini memiliki tiga variabel independen yaitu keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal. Satu variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dan variabel intervening yaitu profitabilitas

pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

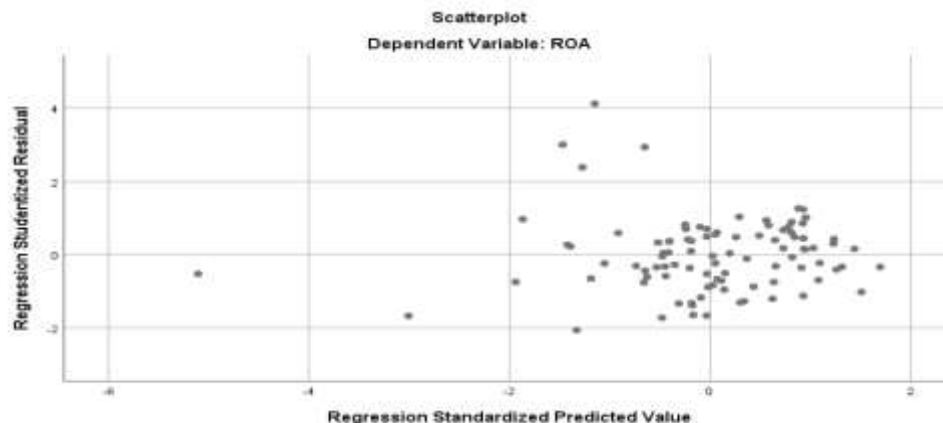
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95348334
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.040
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074 ^c

Pada hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov terlihat pada tabel 1 bahwa nilai signifikansi uji tersebut besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,074 > 0,05. Hal ini menandakan bahwa data yang digunakan dalam regresi berdistribusi normal.

Tabel 2.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PER	.996	1.004
	SG	.948	1.055
	DER	.951	1.052

Dari tabel 2 diatas menjelaskan terlihat bahwa masing – masing independen variabel yang digunakan dalam penelitian telah memiliki koefisien korelasi dibawah < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa masing – masing independen variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah terbebas dari gejala multikolinearitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa sebaran sampel di gambar scatter-plot telah menyebar ke arah posisi negative maupun positif. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian baik variabel independen maupun variabel dependen yang akan dibentuk ke dalam model regresi data panel telah terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3.
Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.441 ^a	.194	.168	.96907	.892

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat di lihat statistic Durbin-Watson adalah sebesar 0,892. Perhatikan bahwa karena nilai statistik Durbin-Watson terletak diantara 1 dan 3, yakni $-2 < 0,892$ maka asumsi non – autokorelasi terpenuhi. Dengan kata lain, tidak terjadi gejala autokorelasi pada residual, atau dapat dikatakan data terbebas dari gejala autokorelasi.

Tabel 4.
Hasil Regresi Berganda Persamaan I

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.641	.361		12.860	.000
	PER	-.158	.046	-.326	-3.453	.001
	SG	-.144	.514	-.027	-.280	.780
	DER	-.976	.336	-.280	-2.904	.005

Berdasarkan model estimasi yang terpilih, diperoleh regresinya sebagai berikut :
 $ROA = 4.641 - 0,158 (PER) - 0,144 (SG) - 0,976 (DER) + e$

1. Nilai konstanta α sebesar 4.641 artinya jika variabel keputusan investasi (X1), pertumbuhan penjualan (X2), dan struktur modal (X3) pada observasi ke i dan periode ke t di abaikan atau bernilai nol maka profitabilitas adalah sebesar 4.641 persen.
2. Nilai koefisien b_1 sebesar -0,158 artinya jika keputusan investasi (X1) pada observasi ke I dan periode ke t menurun sebesar satu (1) satuan, maka profitabilitas (Z) turun 0,158 dengan asumsi variabel pertumbuhan penjualan (X2) dan struktur modal (X3) diabaikan.
3. Nilai koefisien b_2 sebesar -0,144 artinya jika pertumbuhan penjualan (X2) pada observasi ke I dan periode ke t menurun sebesar satu (1) satuan, maka profitabilitas (Z) turun -0,144 dengan asumsi variabel keputusan investasi (X1) dan struktur modal (X3) diabaikan.
4. Nilai koefisien b_3 sebesar -0,976 artinya jika struktur modal (X3) pada observasi ke I dan periode ke t menurun sebesar satu (1) satuan, maka profitabilitas (Z) turun -0,158 dengan asumsi variabel keputusan investasi (X1) dan pertumbuhan penjualan (X2) diabaikan.

Tabel 5.

Hasil Regresi Berganda Persamaan II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-16.237	1.449		-11.204	.000
PER	.873	.117	.464	7.485	.000
SG	-.606	1.229	-.029	-.493	.623
DER	6.928	.841	.513	8.239	.000
ROA	3.311	.251	.855	13.203	.000

Berdasarkan model estimasi yang terpilih, diperoleh regresinya sebagai berikut : $PBV = -16.237 + 0,873 (PER) - 0,606 (SG) + 6,928 (DER) + 3,311(ROA) + e$

1. Nilai konstanta α sebesar -16.237 artinya jika variabel keputusan investasi (X1), pertumbuhan penjualan (X2), struktur modal (X3) dan profitabilitas (Z) pada observasi ke i dan periode ke t di abaikan atau bernilai nol maka nilai perusahaan (Y) adalah sebesar -16.237 persen.
2. Nilai koefisien b_1 sebesar 0,873 artinya jika keputusan investasi (X1) pada observasi ke i dan periode ke t meningkat sebesar satu (1) satuan, maka nilai perusahaan (Y) naik 0,873 dengan asumsi variabel pertumbuhan penjualan (X2), struktur modal (X3), dan profitabilitas (Z) diabaikan.
3. Nilai koefisien b_2 sebesar -0,606 artinya jika pertumbuhan penjualan (X2) pada observasi ke i dan periode ke t menurun sebesar satu (1) satuan, maka nilai perusahaan (Y) turun -0,606 dengan asumsi variabel keputusan investasi (X1), struktur modal (X3), dan profitabilitas (Y) diabaikan.
4. Nilai koefisien b_3 sebesar 6,928 artinya jika struktur modal (X3) pada observasi ke i dan periode ke t meningkat sebesar satu (1) satuan, maka nilai perusahaan (Y) naik 6,928 dengan asumsi variabel keputusan investasi (X1), pertumbuhan penjualan (X2), dan profitabilitas (Y) diabaikan.
5. Nilai koefisien Z sebesar 3,311 artinya jika profitabilitas (Z) pada observasi ke i dan periode ke t meningkat sebesar satu (1) satuan, maka nilai perusahaan (Y) naik sebesar 3,311 dengan asumsi variabel keputusan investasi (X1), pertumbuhan penjualan (X2), dan struktur modal (X3) diabaikan.

Tabel 6.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) Persamaan I

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20.613	3	6.871	7.316	.000 ^b
Residual	85.458	91	.939		
Total	106.071	94			

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai F_{Hitung} 7.316 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,050$ dan dengan itu maka dapat disimpulkan H_0 Ditolak dan H_a Diterima yang berarti bahwa keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (Z).

Tabel 7.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) Persamaan II

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1107.201	4	276.800	51.503	.000 ^b
Residual	483.700	90	5.374		
Total	1590.902	94			

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai F_{Hitung} 51,503 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,050$ dan dengan itu maka dapat disimpulkan H_0 Ditolak dan H_a Diterima yang berarti bahwa keputusan investasi (X1), pertumbuhan penjualan (X2), struktur modal (X3), dan profitabilitas (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

Tabel 8.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Persamaan I

Variabel	t_{Hitung}	t_{Tabel}	Sig
Sqrt Keputusan Investasi	-3,453	1,986	0,001
Sqrt Pertumbuhan Penjualan	-0,280	1,986	0,780
Sqrt Struktur Modal	-2,904	1,986	0,005

Berdasarkan tabel 8 di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Pengaruh keputusan investasi terhadap profitabilitas
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi (X1) dengan nilai t_{Hitung} -3,453 dan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 Diterima dan H_0 Ditolak, artinya keputusan investasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Z).
2. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (X2) dengan nilai t_{Hitung} -0,280 dan tingkat signifikan $0,780 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 Diterima dan H_2 Ditolak, artinya pertumbuhan penjualan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Z).
3. Pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel struktur modal (X3) dengan nilai t_{Hitung} -2,904 dan tingkat signifikan $0,005 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 Diterima dan H_0 Ditolak, artinya struktur modal (X3) berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Z).

Tabel 9.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) Persamaan II

Variabel	t_{Hitung}	t_{Tabel}	Sig
Sqrt Keputusan Investasi	7.485	1,986	0,000
Sqrt Pertumbuhan Penjualan	-0.493	1,986	0,623
Sqrt Struktur Modal	8.239	1,986	0,000
Sqrt Profitabilitas	13.203	1,986	0,000

Berdasarkan tabel 9 di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel keputusan investasi (X1) dengan nilai t_{Hitung} 7.485 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 Diterima dan H0 Ditolak, artinya keputusan investasi (X1) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).
2. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (X2) dengan nilai t_{Hitung} -0.493 dan tingkat signifikan $0,623 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H0 Diterima dan H5 Ditolak, artinya pertumbuhan penjualan (X2) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).
3. Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (X2) dengan nilai t_{Hitung} 8.239 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H6 Diterima dan H0 Ditolak, artinya struktur modal (X3) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).
4. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan (X2) dengan nilai t_{Hitung} 13.203 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H7 Diterima dan H0 Ditolak, artinya profitabilitas (Z) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

Tabel 10.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Persamaan I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.194	.168	.96907

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dihasilkan dalam pengujian Adjusted R Square sebesar 0,168 atau 16,8%. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan kontribusi dalam mempengaruhi profitabilitas (Z) adalah sebesar 16,8 % sedangkan sisanya sebesar 0,832 atau 83,2% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 11.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Persamaan II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.834 ^a	.696	.682	2.31829

Berdasarkan tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dihasilkan dalam pengujian Adjusted R Square sebesar 0,682 atau 68,2%. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan kontribusi dalam mempengaruhi profitabilitas (Z) adalah sebesar 16,8 % sedangkan sisanya sebesar 0,318 atau 31,8% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui keputusan investasi (X_1) dengan nilai t_{hitung} -3,453 dan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 **diterima** dan H_0 ditolak, artinya keputusan investasi (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Z) pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Hasil ini mengindikasikan bahwa meningkatnya, keputusan investasi mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas. Ukuran profitabilitas dipengaruhi oleh variabel keputusan investasi. keputusan investasi yang semakin meningkat maka tingkat profitabilitas yang diterima pemegang saham juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa ada tidaknya kesempatan investasi berdampak langsung terhadap peningkatan return on equity (ROE) perusahaan. Perusahaan yang memiliki kesempatan investasi yang tinggi, akan memiliki prospek ke depan yang cerah dan akan mempengaruhi pada peningkatan harga saham, sehingga profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia juga meningkat (Tithania Charisma Putri, 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Safitri, 2022) dan (Ghofir et al., 2022) yang menemukan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (MUSLIMAH, 2021) dan (Andarani, 2023) juga menemukan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui pertumbuhan penjualan (X_2) dengan nilai t_{hitung} -0,280 dan tingkat signifikan $0,780 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak dan H_0 diterima, artinya pertumbuhan penjualan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Z) pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Hasil ini mengindikasikan bahwa penjualan yang tidak efisien atau tidak relevan dengan operasional dapat menjadi kerugian atau beban. Jika penjualan tidak mendapatkan pendapatan yang memadai atau mengalami penurunan nilai, maka profitabilitas justru tertekan. Ketika penjualan suatu perusahaan meningkat, profitabilitasnya cenderung meningkat pula. Sebaliknya, jika penjualan suatu perusahaan menurun, maka profitabilitasnya juga menurun. Dengan adanya pertumbuhan penjualan, perusahaan dapat memanfaatkan skala ekonomi yang lebih besar. Dengan meningkatnya produksi dan penjualan, maka biaya tetap per unit produk dapat menurun, dan akhirnya dapat meningkatkan keuntungan dan profitabilitas perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang signifikan seringkali memberikan perusahaan kemampuan finansial untuk menginvestasikan lebih banyak dalam riset dan pengembangan. Hal ini dapat menghasilkan inovasi baru, pengembangan produk, atau peningkatan efisiensi operasional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas (Febyansyah Tara Dita Musi Anisa, 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pahima, 2024) dan (Sya'dah, 2020) yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Lestianti, 2022) dan (Rohmatul Ummah et al, 2021) juga menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui struktur modal (X_3) dengan nilai t_{hitung} -2,904 dan tingkat signifikan $0,005 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak, artinya struktur modal (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan ter-

hadap profitabilitas (Z) pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Hasil ini mengindikasikan bahwa meningkatnya struktur modal mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas. Rasio debt equity ratio (DER) yang tinggi berarti pendanaan dari modal sendiri yang dijadikan sebagai jaminan atas hutang rendah. Semakin tinggi DER akan semakin rendah kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Penggunaan hutang jika dikelola dengan baik dan menghasilkan keuntungan lebih tinggi dibandingkan beban hutang yang harus ditanggung perusahaan, maka penggunaan hutang dapat meningkatkan profitabilitas yaitu besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan oleh perusahaan (Rizaldo, 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Jaja, 2024) dan (Ariani et al., 2024) yang menemukan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Anggianti, 2024) dan (Gendro, 2022) juga menemukan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui variabel keputusan investasi (X_1) dengan nilai t_{hitung} 7.485 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima dan H_0 ditolak, artinya keputusan investasi (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa keputusan investasi bisa menjadi faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Berpengaruhnya keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dikarenakan jika perusahaan melakukan investasi yang memberikan nilai sekarang yang lebih besar dari investasi, maka nilai perusahaan akan meningkat. Peningkatan nilai perusahaan dari investasi ini akan tercermin pada meningkatnya harga saham. Dengan kata lain, keputusan investasi harus dinilai dalam hubungannya dengan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan yang sama atau lebih besar dari yang disyaratkan oleh pemilik modal. Pengertian nilai di sini adalah nilai intrinsik investasi yang tidak lain adalah sebesar nilai sekarang dari aliran kas yang diharapkan atas investasi (Juswandi & Delvianti, 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh (Aslinda et al., 2024) dan (Luwiss & Faisol, 2024) yang menemukan bahwa keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui variabel pertumbuhan penjualan (X_2) dengan nilai t_{hitung} -0.493 dengan tingkat signifikan $0,623 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_5 ditolak, artinya pertumbuhan penjualan (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan bukanlah faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan hal tersebut berarti pertumbuhan penjualan tidak selalu disertai dengan peningkatan keuntungan bersih perusahaan. Oleh sebab itu, ketika terjadi peningkatan pertumbuhan penjualan, belum tentu diikuti dengan pertumbuhan harga saham yang bisa meningkatkan nilai organisasi, hal tersebut dikarenakan perusahaan belum efisien dalam mengelola biaya-biaya yang mereka

habiskan (Cindy, 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh (Yulimtinan & Atiningsih, 2021) dan (Riswanda Imawan, 2019) yang menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu pada penelitian (Septiani & Sanjaya, 2024); (Yusmaniarti et al., 2023) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui variabel struktur modal (X_3) dengan nilai t_{hitung} 8.239 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_6 diterima dan H_0 ditolak, artinya struktur modal (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa struktur modal bisa menjadi faktor yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan hutang tinggi dinilai sebagai sinyal positif bagi para investor. Penggunaan hutang dalam struktur modal perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan karena dari perpektif investor, penggunaan hutang oleh perusahaan dapat menunjukkan prospek usaha perusahaan di masa depan. Perusahaan yang berhasil mendapatkan pinjaman, artinya dalam proses untuk mendapatkan pinjaman tersebut, pihak pemberi pinjaman sudah lebih dulu menilai kondisi perusahaan tersebut apakah layak diberi pinjaman atau tidak. Jika layak, maka hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dinilai mampu memenuhi kewajibannya tersebut di masa yang akan datang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh pemberi pinjaman, artinya perusahaan dianggap memiliki prospek usaha yang baik jika diberi pinjaman tersebut (Ramdhonah et al., 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh (Septiani & Sanjaya, 2024) dan (Indriani et al., 2022) yang menemukan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui variabel profitabilitas (Z) dengan nilai t_{hitung} 13.203 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_7 diterima dan H_0 ditolak, artinya profitabilitas (Z) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada perusahaan manufaktur sub sektor food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019 – 2023. Hasil penelitian ini mengindikasikan meningkatnya profitabilitas, maka akan semakin meningkat nilai perusahaan. Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan. Dengan demikian maka profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Shella Gilby Sapulette, 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh (Wedaswari et al., 2024) dan (Amanatur, 2024) yang menemukan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian (Amanatur, 2024) dan (Sawitri, 2024) menyatakan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,464 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,279 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung kecil dari pada nilai pengaruh langsung. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan investasi (X_1) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) melalui profitabilitas (Z) sebagai variabel intervening. Maka H_0 diterima dan H_8 ditolak. Keputusan investasi tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel intervening karena tingkat investasi yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan investasi tidak selalu disertai dengan peningkatan efisiensi dalam operasional perusahaan. Ketika jumlah investor meningkat, tetapi tidak efisien untuk menghasilkan pendapatan atau laba, dampaknya terhadap profitabilitas menjadi minim, juga dapat mengurangi laba yang di peroleh, sehingga nilai perusahaan tidak mengalami peningkatan signifikan (Maramis, 2023). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan (Deviana & Fitria, 2022) profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga profitabilitas dapat memediasi keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya (Lestari, 2020) profitabilitas tidak dapat menjadi variabel intervening pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Maramis, 2023) juga menyatakan keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,029 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,023 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung kecil dari pada nilai pengaruh langsung. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) melalui profitabilitas (Z) sebagai variabel intervening. Maka H_0 diterima dan H_9 ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan (Annisa, 2024) pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga profitabilitas tidak dapat memediasi pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya tidak sebanding dengan penelitian ini bahwa (Aji et al., 2022) menyatakan profitabilitas dapat memediasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,513 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,239 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung kecil dari pada nilai pengaruh langsung. Hal ini menunjukkan bahwa struktur modal (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) melalui profitabilitas (Z) sebagai variabel intervening. Maka H_0 diterima dan H_{10} ditolak. Profitabilitas tidak mampu memediasi hubungan struktur modal dengan nilai perusahaan. Adapun pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal yaitu apabila laba yang tinggi itu didapatkan dari modal yang cukup, Apabila modal yang dimiliki perusahaan tersebut karang maka laba yang didapatkan pun sulit penelitian ini dikemukakan oleh (Erawati & Dewi, 2020). Penelitian selanjutnya Alifah (2023) mengemukakan bahwa Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel intervening. Penelitian lain juga menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variabel intervening (Fish, 2020).

KESIMPULAN

Bahwa keputusan investasi dan struktur modal berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sementara pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Selanjutnya, keputusan investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan dan struktur modal tidak memiliki pengaruh signifikan. Profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun sebagai variabel intervening, profitabilitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam hubungan antara keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, serta struktur modal terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, E. R., Arifin, D. A., & Si, M. (2022). *PENGARUH STRUKTUR MODAL, LIKUIDITAS, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING* *Eva*.
- Akuntansi, J., Burhan, A. H., Bagana, B. D., Semarang, U. S., & Author, C. (2024). *Pengaruh Struktur Modal , Ukuran Perusahaan , Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. 8, 363–376.
- Alifah, D. N. (2023). *Pengaruh Struktur Modal dan Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Bank*
- Amanatur, A. (2024). *Pengaruh Likuiditas , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2019-2023)*. 4, 12708–12722.
- Andarani, T. (2023). *PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA SEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG ADA DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2023*. 40–54.
- Anggianti, D. D. (2024). *Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada PT Indofod Cbp Sukses Makmur*. 2(1), 67–75.
- Anggraeni, M. D. (2022). *AGENCY THEORY DALAM PERSPEKTIF ISLAM* Oleh : Mariska Dewi Anggraeni Jurusan Syariah STAIN Pekalongan. 9.
- Annisa, C. (2024). *Pengaruh icsr, gcg dan sales growth terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening*.
- Ariani, R., Dunakhir, S., & Hasyim, S. H. (2024). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA perusahaan yaitu perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dana perusahaan untuk beroperasi memperhatikan pemilihan struktur modal dalam menjaga stabilitas profitabilitas . Struktur perbandingan utang jangka panjang dengan modal sendiri (Sudana , 2015 : 164). Perusahaan karena struktur modal yang baik atau buruk dapat memberi dampak langsung terhadap posisi*. 5, 1–11.
- Arsyada, A. B., Fajarini, I., & Wahyuningrum, S. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan , Profitabilitas , Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating*. 6(April), 1648–1663.
- Aslinda, S. M., Artikel, I., Perusahaan, N., & Deviden, K. (2024). *INTERVENING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR*. 1(2), 288–301.
- Ayu, S., Riska, M., Putu, N., Mendra, Y., & Saitri, P. W. (2021). *PENGARUH STRUKTUR MODAL , PERTUMBUHAN PENJUALAN , UKURAN PERUSAHAAN , LIKUIDITAS DAN*. 3(1), 94–105.
- Cahyani, S. D., Trisnaningsih, S., & Ekonomi, F. (2024). *osive sampling*. 7.
- Cahyani, S. I., & Rahayu, Y. (n.d.). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN*.
- Cindy. (2022). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 6(2), 1842–1859.
- Dela, E., & Nurhayati, M. (2020). *PENGARUH PROFITABILITAS , STRUKTUR MODAL , DAN*

- KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Pada Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017).* 10(2), 196–209.
- Deviana, N., & Fitria, A. (2022). *Pengaruh profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen.* 6.
- Ekonomika, J., & Vol, M. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Deviden Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan.* 8(1), 47–58.
- Erawati, L., & Dewi, A. S. (2020). *Intervening Dan Pengaruh Struktur Modal.*
- Fachrurazi, F., Hasan, S., Pahlawan, U., & Tambusai, T. (2022). *Manajemen keuangan (Issue September).*
- Febyansyah Tara Dita Musi Anisa, A. (2024). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi).* 8(1), 1992–2016.
- Fish, B. (2020). *Struktur modal terhadap nilai perusahaan.* 2507(February), 1–9.
- Gendro, W. (2022). *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal Pengaruh Perputaran Kas , Struktur Modal , Perputaran Persediaan , Asset Growth dan Total Asset Turnover terhadap Profitabilitas : Studi pada Perusahaan Otomotif dan Komponen yang terdaftar di BEI perio.* 4(4), 1137–1155. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i4.1066>
- Ghofir, A., Fullah, M. H., & Penelitian. (2022). *Pengaruh keputusan investasi dan struktur modal terhadap profitabilitas perusahaan jasa keuangan subsektor perbankan.* 3(3), 138–146.
- Hidayat, I., & Tasliyah, M. (2022). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN , LEVERAGE DAN.* 5(1), 94–120.
- I, U. P. I. Y. A. (2022). *Pengaruh Profitabilitas , Struktur Modal , Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub- Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2022.* 11(2), 2019–2022.
- Ii, B. A. B. (2020). *No Title.*
- Indriani, E., Ayu, C., Putri, M., & Hudaya, R. (2022). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PERTAMBANGAN.* 136–156. <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>
- Information, B., & Journal, S. (2023). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal Vol 11 No.4 (November 2023).* 11(4).
- Investasi, P., Toleransi, D. A. N., Rizky, Y., Mandagie, O., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). *TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila).* 1(November), 35–47.
- Jaja, D. A. P. R. (2024). *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas.* 15(3), 685–692.
- Jaya, A., Kuswandi, S., & Prasetyandari, C. W. (n.d.). *Manajemen keuangan.*
- Jayantika, M. (2020). *PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN , LEVERAGE , PROFITABILITAS DAN.*
- Juli, V. N., Hutang, P. K., Investasi, K., Kebijakan, D. A. N., Nilai, T., Pada, P., & Manufaktur, P. (2021). *JURNAL ILMIAH KOHESI Vol. 5 No. 3 Juli 2021.* 5(3), 117–129.
- Juswandi, R., & Delvianti. (2024). *Pengaruh Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.* *Journal of Global Economic Research,* 1(1), 31–46. <https://doi.org/10.62194/14d7mz12>
- Lesmono, B., & Siregar, S. (2021). *Studi Literatur Tentang Agency Theory.* *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS),* 3(2), 203–210. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1128>
- Lestari, I. H. (2020). *PENGARUH PROFITABILITAS , SIZE , DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEBIJAKAN DIVIDEN SEBAGAI.* 2020.
- Lestianti, N. (2022). *Pengaruh Efisiensi Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan.*
- Luwiss, A., & Faisol, A. (2024). *Analysis Of The Influence Of Investment Decisions , Funding Decisions And Dividend Policies On Company Value In Manufacturing Companies Listed On The Indonesian Stock Exchange In 2017-2019 Analisis Pengaruh Keputusan Investasi ,*

- Keputusan Pendanaan Dan Ke. 1, 33–45.*
- Maramis, J. B. (2023). *PROPERTY DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA THE EFFECT OF PROFITABILITY AND LEVERAGE ON COMPANY VALUE THROUGH DIVIDEND POLICY AND INVESTMENT DECISIONS IN PROPERTY AND REAL ESTATE* *Jurnal EMBA Vol. 11 No. 2 April 2023, Hal. 140-149. 11(2), 140–149.*
- MUSLIMAH, A. A. (2021). *PENGARUH KEPUTUSAN INVESTASI, LIKUIDITAS DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN JASA SUB SEKTOR PARIWISATA, HOTEL DAN RESTORAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2017-2021.* 2019–2022.
- Nizamuddin, S., Kurniawan, B., & SUBhan, M. (2024). Bambang Kurniawan Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Syaifudin Jambi. *Journal of Student Research (JSR), 2(1), 106–120.*
- No Title. (n.d.). 1–12.*
- No Title. (2020). 6(1), 130–152.*
- Pahima, N. (2024). *PERAN PERTUMBUHAN ASET, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN STRUKTUR MODAL, TERHADAP PROFITABILITAS DENGAN HARGA KOMODITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Batu Bara di Indonesia).*
- Perusahaan, D. A. N. U. (2023). *SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI BURSA EFEK INDONESIA NAMA NIM : NI NYOMAN DEWI SURYANI.*
- Perusahaan, N., Diftania, A., Pasaribu, F., Safrida, E., & Ratna, R. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas.* 5(1), 1–8.
- Profitabilitas, A. P., Perusahaan, U., Terhadap, L., Perusahaan, N., Struktur, D., & Moderasi, S. V. (2023). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 26, 17–26.*
- Profitabilitas, P. (2023). *(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2021). 12(1995), 1–13.*
- Ramadhanti, S., & Cipta, W. (2022). *PENGARUH GROWTH OPPORTUNITY DAN PROFITABILITAS SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR.* 11(02), 203–212.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (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). 7(1), 67–82. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>*
- Riswanda Imawan, T. (2019). *Triyonowati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya tentunya dengan sektor-sektor yang lain. Perusahaan ritel berusaha meningkatkan laba pada perusahaan. Perusahaan ritel mampu meningkatkan penjualannya, menurut CNBC maret 2019. Hal. 1–17.*
- Rizaldo, A. (2024). *PENGARUH LIKUIDITAS DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI PROFITABILITAS.*
- Roa, P., Dan, C. R., Penjualan, P., Yang, R., & Di, T. (2024). *Pengaruh roa, der, cr dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di bei.* 10(2).
- Rohmatul Ummah et al. (2021). *Pengaruh likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan perputaran modal kerja terhadap profitabilitas perusahaan.*
- Safitri, N. (2022). *PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN.* 4.
- Sakfrasani, F. (2024). *PENGARUH MODAL KERJA, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN LEVERAGE TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI.* 13, 1–12.
- Santoso, B. A. (2020). *Profitabilitas Sebagai Mediasi Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.* 3(2), 45–57.
- Sawitri, N. P. Y. R. (2024). *(STUDI KASUS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG.* 6, 135–143.
- Septiani, S., & Sanjaya, R. (2024). *PENGARUH DEBT TO EQUITY RATIO (DER) DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT MAYORA INDAH TBK PERIODE 2013-2022.* 2(4), 1922–1932.
- Shella Gilby Sapulette, I. F. S. (2022). *PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, KEBIJAKAN HUTANG, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN.* 3(8), 1–18.

- Sulistiyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). *Pengaruh Financial Literacy , Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi*. 8(02), 2253–2260.
- Suprpto, S., & Karsa, P. S. (2023). *MANAJEMEN : Prinsip Dasar Memahami Ilmu Manajemen GET PRESS INDONESIA* (Issue August).
- Sya'dah, P. P. (2020). *PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS PADA PT.GUDANG GARAM TBK*. 2(September), 133–140.
- Syahputri, A., Mustika, U. N., & Ramadhan, R. (2024). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage , dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi*. 7, 121–140.
- Tithania Charisma Putri, R. P. (2022). *Pengaruh Struktur Modal , Keputusan Investasi , Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan*. 10(2), 255–272. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i2.1437>
- Tiwi Herninta : “ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur ...” 326. (2019). 22(3), 325–336.
- Wedaswari, M., Annisaa, S. N., & Widati, S. (2024). *Dampak Good Corporate Governance dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol*. 1, 1–9.
- Yulimtinan, Z., & Atiningsih, S. (2021). *LEVERAGE UKURAN PERUSAHAAN PERTUMBUHAN PENJUALAN*. 6(1).
- Yuni, L. W. (2022). *Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai mediasi*. 1(1).
- Yusmaniarti, Y., Sumarlan, A., Astuti, B., & Ananda, N. A. (2023). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility*. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 641–652. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3300>