



**JEMBA: Journal Of Economics, Management, Business, And Accounting**

Journal Homepage: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/jemba/index>

---

## ***Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Transportasi Dan Logistik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023***

***Syalma Nabila Putri<sup>1</sup>, Mari Maryati<sup>2</sup>***

<sup>1</sup> Universitas Komputer Indonesia, [syalma.21220210@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:syalma.21220210@mahasiswa.unikom.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Komputer Indonesia, [mari.maryati@email.unikom.ac.id](mailto:mari.maryati@email.unikom.ac.id)

---

### **INFO ARTIKEL**

Riwayat Artikel

Received:28-11-2024

Revised:28-12-2024

Accepted:31-12-2024

Keywords :

Capital Structure,  
Company Size, Sales  
Growth and Company  
Value

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the Influence of Capital Structure, Company Size and Sales Growth on Company Value in the Transportation and Logistics Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2023 Period. The analysis approach method used in this study is a quantitative approach with descriptive and verifiable methods. The analysis used in this study is path analysis, classical assumption testing, correlation coefficient testing, determination coefficient testing and hypothesis testing using the SPSS application. The results of this study show that Capital Structure has a negative and significant effect on Company Value, Company Size has a negative and significant influence on Company Value, Sales Growth has a positive and insignificant effect on Company Value, Company Size has a significant negative effect on Capital Structure, Sales Growth has a positive and insignificant effect on Capital Structure. Capital Structure, Company Size and Sales Growth simultaneously have a significant positive effect on the Company's Value.*

### **ABSTRAK**

Kata Kunci :  
Struktur Modal, Ukuran  
Perusahaan,  
Pertumbuhan Penjualan  
dan Nilai Perusahaan

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Transportasi dan Logistik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023. Metode pendekatan analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu path analysis, pengujian asumsi klasik, pengujian koefisien korelasi, pengujian

koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Struktur Modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Struktur Modal. Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

---

## 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ekonomi, persaingan di dunia bisnis akan semakin kuat. Karena adanya dorongan terus-menerus untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan, perusahaan dapat memperoleh manfaat dari persaingan. Dengan demikian, perusahaan dapat berusaha untuk mencapai tujuan perusahaan itu sendiri, yaitu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan pemegang sahamnya melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ditentukan oleh penilaian publik terhadap kinerja perusahaan, yang ditunjukkan oleh harga saham yang dihasilkan dari hubungan antara penawaran dan permintaan di pasar modal. Lutfiah & Yahya (2022)

Auliah, M., & Suprihadi, H. (2023) Dalam penelitian ini, peneliti akan berkonsentrasi pada analisis struktur modal, ukuran, dan pertumbuhan penjualan sebagai variabel independen untuk mengevaluasi pengaruh terhadap naik turunnya nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Nilai Perusahaan pada sektor transportasi dan logistik yang mengalami peningkatan dan penurunan. Terdapat gap antara teori yang ada dengan data di lapangan untuk periode 2019-2023. Gap empiris fenomena Struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan fakta yang ada di lapangan. Menurut Dharmawan et al. (2023) “semakin besar struktur modalnya maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat begitu pun sebaliknya”. Tetapi masih terdapat kesenjangan teori dengan fakta, struktur modal turun tetapi nilai perusahaan naik dan sebaliknya. Sedangkan hasil penelitian Irianti et al (2022) bahwa Struktur Modal (DER) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PBV), dapat diartikan struktur modal tidak terlalu mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan manfaat dan biaya yang ditimbulkan akibat penggunaan hutang yang berpengaruh langsung terhadap Nilai Perusahaan.

Gap empiris fenomena Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menunjukkan perbedaan antara teori pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan fakta yang ada di lapangan. Menurut penelitian Lutfiah dan Yahya (2022) “Semakin besar ukuran perusahaan maka menandakan adanya peningkatan nilai perusahaan” dan

sebaliknya. Semakin besar ukuran perusahaan (Size) akan semakin mudah pula perusahaan untuk dipercaya oleh kreditur dalam memperoleh dana dari pasar modal dan adanya kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Jika investor berinvestasi besar, maka harga saham akan meningkat.

Gap empiris fenomena pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan menunjukkan perbedaan antara teori pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dengan fakta yang ada di lapangan. Menurut penelitian Lutfiah dan Yahya (2022) “Apabila pertumbuhan penjualan perusahaan positif dan semakin meningkat, maka akan mengindikasikan nilai perusahaan yang besar.” begitu pun sebaliknya. Jika pertumbuhan penjualan (Sales Growth) tinggi, maka keuntungan yang didapat perusahaan juga akan meningkat. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan dapat meningkatkan minat investor untuk membeli saham, sehingga meningkatkan harga saham dan berarti nilai perusahaan (PBV) juga akan meningkat.

Pada tahun 2019-2023 perusahaan-perusahaan sektor transportasi dan logistik mengalami banyaknya penurunan nilai perusahaan, yang diakibatkan oleh adanya perbedaan ekspektasi investor terhadap nilai dividen tahunan yang dibagikan Perseroan, kenaikan harga BBM yang cukup besar dan sulit diikuti oleh kenaikan tarif logistik. (<https://investasi.kontan.co.id> , 2023).

Berdasarkan kondisi diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Transportasi dan Logistik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2019-2023.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Struktur Modal

Menurut Megawati et al. (2021) mengemukakan bahwa Struktur modal adalah rasio utang jangka pendek, utang jangka panjang, dan modal sendiri yang digunakan untuk membiayai pemenuhan kebutuhan belanja perusahaan

Indikator yang digunakan dalam rasio ini adalah modal sendiri dengan total utang. Menurut Harmono (2015:112) dalam Halawa (2022), rasio total utang terhadap modal ekuitas dihitung sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### Ukuran Perusahaan

Putri et al. (2023) menjelaskan Secara umum, ukuran perusahaan dapat digambarkan sebagai perbandingan besar kecilnya suatu benda. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya kekayaan atau aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik untuk masa depan dan

dianggap lebih stabil dan mampu menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki aset yang lebih kecil.

Rodoni (2014:193) dalam Halawa (2022) ukuran perusahaan dapat di rumuskan sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{total asset})$$

### **Pertumbuhan Penjualan**

Menurut Andriyani (2022) Perbandingan antara penjualan tahun bejalan (t) dan penjualan tahun sebelumnya (t-1) dengan penjualan tahun sebelumnya (t-1) menunjukkan pertumbuhan penjualan. Ini karena penjualan adalah aktivitas yang biasa dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu tingkat laba yang diharapkan. Ada kemungkinan bahwa peningkatan tingkat penjualan dikaitkan dengan peningkatan nilai perbandingannya.

Menurut Andriyani (2022) Pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pertumbuhan Penjualan} = \frac{\text{penjualan}(t) - \text{penjualan}(t - 1)}{\text{penjualan}(t - 1)} \times 100\%$$

### **Nilai Perusahaan**

Putri et al. (2023) Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap seberapa baik perusahaan mengelola sumber dayanya, yang ditunjukkan oleh harga sahamnya yang tinggi. Harga saham yang tinggi dapat menunjukkan bahwa nilai perusahaan di mata investor juga tinggi.

Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

Adapun rumus PBV adalah :

$$PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham}}{\text{Nilai Buku saham biasa}}$$

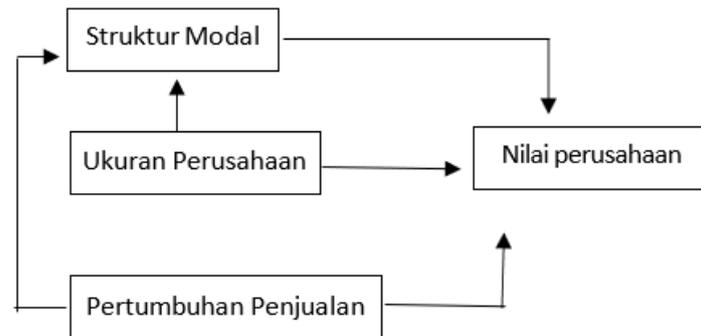
## **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif dan verifikatif. Dalam penelitian ini, jumlah populasi ada 45 perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada

periode 2019- 2023. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu time series berupa laporan keuangan yang diambil yaitu data laporan keuangan tahunan selama lima periode dari 2019-2023 dan *cross section* berupa jumlah perusahaan yang diteliti sebanyak enam perusahaan sektor transportasi dan logistik serta data perusahaan yang dijadikan sebagai sampel.

Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis verifikatif, dengan analisis jalur, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Untuk mengecek keakuratan hasil penelitian, peneliti menggunakan SPSS (*Sosial Science Statistics Package*) sebagai alat statistik.

Model penelitian terdapat 2 yaitu variabel independen untuk mengukur pengaruh struktur modal, ukuran Perusahaan dan pertumbuhan penjualan serta variabel dependen untuk mengevaluasi pengaruh terhadap naik turunnya nilai Perusahaan. Sedangkan model penelitian pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Desain Penelitian**

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Analisis Jalur**

Menurut Narimawati (2020) path analisis atau analisis jalur merupakan suatu teknik analisis yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat yang inheren antara variabel yang kemudian disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai alam menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 1. Tabel Coefficients Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.148	.308		10.237	.000
UKURAN PERUSAHAAN	-.110	.013	-.850	-8.503	.000
PERTUMBUHAN PENJUALAN	.100	.177	.056	.562	.579

a. Dependent Variable: STRUKTUR MODAL

Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ) dengan Struktur Modal ( $X_1$ ), Koefisien jalur untuk  $X_2X_1$  sebesar -0,850 dan bertanda negatif, artinya jika Ukuran Perusahaan (SIZE) meningkat, maka Struktur Modal (DER) akan mengalami penurunan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan juga sesuai dengan *theory pecking order* bahwa kebijakan manajemen dipengaruhi oleh ukuran perusahaan yang lebih besar dengan menggunakan lebih sedikit hutang.

Pertumbuhan Penjualan ( $X_3$ ) dengan Struktur Modal ( $X_1$ ), Koefisien jalur untuk  $X_3X_1$  sebesar 0,056 dan bertanda positif. Koefisien ini bernilai positif, artinya jika Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) meningkat, maka Struktur Modal (DER) akan ikut meningkat. Sesuai dengan *Teori pecking order* menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung menggunakan dana eksternal jika dana internal tidak cukup untuk mendanai pertumbuhan penjualan, aset, dan investasi.

**Tabel 2. Tabel Coefficients Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Nilai Perusahaan**

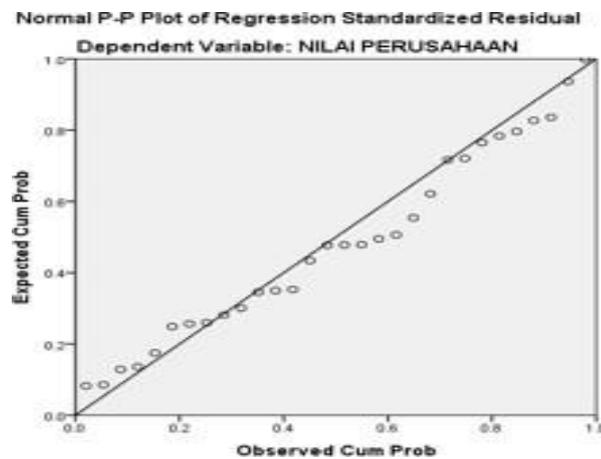
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.777	2.102		5.127	.000
struktur modal	-2.088	.595	-.954	-3.508	.002
ukuran perusahaan	-.360	.077	-1.275	-4.705	.000
pertumbuhan penjualan	.698	.551	.178	1.266	.217

a. Dependent Variable: nilai Perusahaan

Koefisien jalur untuk  $yX_1$ , Struktur Modal (DER) memiliki koefisien jalur sebesar (-0,954), Koefisien ini bernilai negatif yang artinya jika Struktur Modal (DER) mengalami kenaikan maka akan diikuti dengan penurunan Nilai Perusahaan (PBV). Koefisien jalur untuk  $yX_2$ , Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki koefisien jalur sebesar (-1,275), Koefisien ini bernilai negatif yang artinya jika Ukuran Perusahaan (SIZE) naik, maka akan diikuti penurunan Nilai Perusahaan (PBV).

Koefisien jalur untuk  $yX_3$ , Pertumbuhan Penjualan (Sales Growth) memiliki koefisien jalur sebesar 0,178, Koefisien ini bernilai positif yang artinya jika Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) naik, maka akan diikuti meningkatnya Nilai Perusahaan (PBV).

### Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

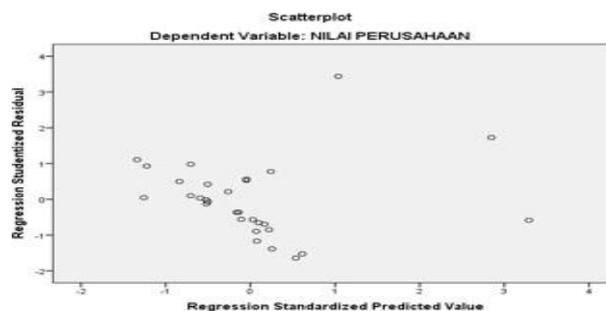


Sumber : Output Pengolahan Data SPSS (2024)

**Gambar 2 Uji Normalitas**

Berdasarkan grafik normalitas menggunakan Normal *P-Plot of Regression Standardized Residual* di atas, diketahui bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal yang menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas terbukti.

### Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output Pengolahan Data SPSS (2024)

**Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas**

Terlihat pada gambar 3 bahwa titik-titik yang terjadi tidak menampilkan pola tertentu, melainkan tersebar di area atas maupun area bawah titik 0 pada garis Y dan di area kanan maupun kiri dari titik 0 garis X. Hasil output uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, dapat dilihat bahwa dari masing-masing variabel memiliki signifikansi atau Struktur Modal diatas 0,05. Dengan masing-masing probabilitas Struktur Modal ( $X_1$ ) sebesar  $0,936 > 0,05$ , probabilitas Ukuran Perusahaan ( $X_2$ ) sebesar  $0,138 > 0,05$  dan probabilitas Pertumbuhan Penjualan ( $X_3$ ) sebesar  $0,413 > 0,05$ .

Kondisi ini mencerminkan bahwa nilai signifikansi lebih dari nilai alpha, maka dapat dinyatakan bahwa residual varian bersifat homogen atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **Uji Autokorelasi**

Berdasarkan tabel hasil output diatas, diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* pada Uji Autokorelasi dengan menggunakan Runs Test diperoleh nilai sebesar 0,353, maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari nilai  $\alpha=0,05$  yang berarti tidak terjadi autokorelasi

### **Analisis Koefisien korelasi**

Nilai koefisien korelasi antara Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan sebesar 0,694. Dengan nilai koefisien korelasi 0,694, maka ini termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada interval 0,60 – 0,799. Nilai korelasi ini bertanda positif yang artinya menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan dengan Nilai Perusahaan adalah searah. Ini berarti apabila Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan suatu periode dalam keadaan meningkat, maka Nilai Perusahaan akan mencerminkan peningkatan juga dalam periode yang sama.

### **Analisis Koefisien Determinasi**

Hasil perhitungan koefisien determinasi secara simultan dari variabel Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan sebesar 0,481 atau 48,1%. Artinya, apabila Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan meningkat maka Nilai Perusahaan akan meningkat juga dengan pengaruh sebesar 48,1% dan sisanya 51,9% merupakan pengaruh dari faktor lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini seperti kebijakan deviden, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, dan lain sebagainya.

## Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

**Tabel 3 Hipotesis Parsial**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.148	.308		10.237	.000
UKURAN PERUSAHAAN	-.110	.013	-.850	-8.503	.000
PERTUMBUHAN PENJUALAN	.100	.177	.056	.562	.579

a. Dependent Variable: STRUKTUR MODAL

### Hipotesis Ukuran Perusahaan (X2) terhadap Struktur Modal (X1)

Diketahui nilai  $t_{hitung} -8,503 < t_{tabel} -2,056$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga nilai  $t_{hitung}$  terletak di daerah penolakan  $H_0$  atau terima  $H_a$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal dengan arah negatif. Artinya, apabila Ukuran Perusahaan sedang meningkat maka Struktur Modal pun akan ikut menurun begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Saragih dan Hariani (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap struktur modal. Hasil ini bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar akan memiliki akses yang lebih mudah ke sumber modal. Salah satu contohnya adalah kemungkinan bahwa perusahaan lebih cenderung mendapatkan dana internal daripada dana eksternal seperti hutang, sehingga ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh pada penggunaan sumber dana eksternal. Berbeda dengan hasil penelitian Ismawati et al. (2018), Khoiriya et al. (2024) serta Nurhayadi et al. (2021) variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal.

### Hipotesis Pertumbuhan Penjualan (X3) terhadap Struktur Modal (X1)

Diketahui nilai  $t_{hitung} 0,562 < t_{tabel} 2,056$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,579 > 0,05$ , sehingga nilai  $t_{hitung}$  terletak di daerah penerimaan  $H_0$  atau tolak  $H_a$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pertumbuhan Penjualan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Struktur Modal dengan arah positif. Artinya, apabila Pertumbuhan Penjualan sedang meningkat maka Struktur Modal pun akan ikut meningkat pula.

Sejalan dengan hasil penelitian Tausyiah dan Suwitho (2016) serta Priambodo (2014)

bahwa pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal. Tingkat penjualan yang tinggi akan membuat perusahaan lebih cenderung mengambil utang dan meningkatkan nilai struktur modalnya. Tingkat penjualan yang tinggi membuat perusahaan perlu meningkatkan penjualan mereka untuk memenuhi permintaan pasar. Untuk memenuhi tuntutan tersebut, perusahaan dapat meningkatkan kapasitas produksinya dengan menambahkan sumber daya manusia atau mesin baru. Namun, meningkatkan kapasitas produksi ini akan membutuhkan modal yang besar, sehingga perusahaan cenderung mengambil utang. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Arsadena (2020) serta Saragih dan Hariani (2023) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap struktur modal.

**Tabel 4. Hipotesis Parsial**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	10.774	2.104		5.122	.000
	STRUKTUR MODAL	-2.089	.596	-.954	-3.505	.002
	UKURAN PERUSAHAAN	-.360	.077	-1.275	-4.700	.000
	PERTUMBUHAN PENJUALAN	.689	.552	.178	1.249	.223

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

#### **Hipotesis Struktur Modal (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y)**

Nilai  $t_{hitung} -3,505 < t_{tabel} -2,056$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ , sehingga nilai  $t_{hitung}$  terletak di daerah penolakan  $H_0$  atau terima  $H_a$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial Struktur Modal berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan arah negatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Arianti, dan Yatinigrum (2022), Dewi et al. (2023) artinya Ketika perusahaan mengambil lebih banyak hutang, ia menanggung lebih banyak biaya hutang, yang menjadi sinyal yang buruk bagi investor dan menurunkan nilainya. Akibatnya, semakin banyak hutang, semakin sedikit prioritas perusahaan untuk membayar dividen karena keuntungan perusahaan berkurang karena hutang. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martha dan Afdella (2022) serta Afida dan Triyonowati (2023) dalam jurnalnya yang mengungkapkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **Hipotesis Ukuran Perusahaan (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y)**

Nilai  $t_{hitung} -4,700 < t_{tabel} -2,056$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga nilai  $t_{hitung}$  terletak di daerah penolakan  $H_0$  atau terima  $H_a$ , dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan arah negatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Martha dan Afdella (2022), serta Arimerta et al. (2023) yang menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara sederhana, nilai suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah asetnya. Jika jumlah aset perusahaan meningkat, maka nilai harga sahamnya akan turun. Hal ini disebabkan oleh siklus permintaan dan penawaran terhadap saham (aset) perusahaan, di mana investor yang berinvestasi biasanya melakukan penawaran terhadap saham daripada permintaan, dengan jumlah penawaran yang lebih tinggi daripada permintaan. Dengan ini, akan berdampak pada turunya harga saham perusahaan dan pandangan calon investor lain terhadap perusahaan tersebut. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dharmawan et al. (2023) serta Marisha dan Agustin (2022) yang menunjukkan ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan.

### **Pertumbuhan Penjualan (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y)**

Nilai  $t_{hitung}$  1,249 <  $t_{tabel}$  2,056 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,223 > 0,05$ , sehingga nilai  $t_{hitung}$  terletak di daerah penerimaan  $H_0$  atau tolak  $H_a$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pertumbuhan Penjualan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan arah positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Naibaho dan Novianti (2023) serta Wahyuni (2023) dalam jurnalnya yang menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif tidak signifikan, Pertumbuhan penjualan tidak mampu mempengaruhi Nilai perusahaan, artinya Nilai perusahaan tidak selalu meningkat seiring dengan pertumbuhan penjualan, karena biaya operasi perusahaan meningkat seiring dengan pertumbuhan penjualan. Akibatnya, pertumbuhan penjualan tidak dapat mencapai tujuan peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herwinna dan Iswara (2024) yang menunjukkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.

## **Uji F**

**Tabel 5 Hipotesis Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.442	3	6.814	8.041	.001 <sup>b</sup>
	Residual	22.033	26	.847		
	Total	42.475	29			

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

b. Predictors: (Constant), PERTUMBUHAN PENJUALAN, UKURAN PERUSAHAAN, STRUKTUR MODAL

Nilai  $F_{hitung}$  8,041 >  $F_{tabel}$  3,375 dan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis diatas, berarti keadaan ini memenuhi kriteria tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ , artinya dapat disimpulkan bahwa secara simultan Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan arah yang positif. Artinya, apabila Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan bersama-sama sedang mengalami kenaikan maka Nilai Perusahaan pun akan meningkat pula.

## 5. KESIMPULAN

Perkembangan struktur modal perusahaan transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2023 bervariasi. Perluasan segmen usahanya pada tahun 2020 meningkatkan rata-rata struktur modal perusahaan, yang membantu meningkatkan pendapatan dan mempertahankan arus kas. Hal ini menjadi strategi adaptif yang relevan dalam menjaga kestabilan pendapatan dan arus kas selama dampak pandemi covid-19.

Perusahaan transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami pertumbuhan ukuran yang berbeda dari 2019 hingga 2023. Rata-rata ukuran perusahaan terendah terjadi pada tahun 2021 karena penurunan pendapatan, yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan aset mereka. Hal ini pentingnya melakukan diversifikasi sumber pendapatan dan efisiensi operasional dalam mendukung peningkatan aset di tengah ketidakpastian ekonomi.

Pertumbuhan Penjualan perusahaan transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami rata-rata pertumbuhan penjualan terendah pada tahun 2020 sebagai akibat dari dampak pandemi covid-19, yang mengakibatkan penurunan permintaan barang dan komoditas serta aktivitas industri secara keseluruhan. Perkembangan pertumbuhan penjualan ini akan mengalami kecenderungan fluktuatif selama periode 2019-2023. Dengan implikasi bahwa Perusahaan perlu mengembangkan model bisnis yang lebih tangguh terhadap perubahan drastis dalam permintaan barang dan komoditas.

Nilai perusahaan dalam industri transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami pertumbuhan yang berbeda dari tahun 2019 hingga 2023, dengan nilai rata-rata tertinggi perusahaan di tahun 2021 karena perusahaan melakukan penjualan hak milik atau right issue. Strategi ini mengindikasikan inovasi dalam upaya Perusahaan untuk meningkatkan kapitalisasi pasar di tengah tantangan ekonomi.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan pemahaman baru tentang dinamika struktur modal, ukuran, pertumbuhan penjualan, dan nilai perusahaan di sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Khususnya, itu membantu kami memahami bagaimana industri ini berkembang setelah pandemi. Hal ini memberikan para pemangku kepentingan referensi strategis dan dasar untuk penelitian

selanjutnya dalam menghadapi situasi ekonomi yang tidak menentu saat ini.

## REFERENSI

- Andriyani, S. (2022). Pengaruh Likuiditas Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Arianti, B. F., & Yatiningrum, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1-10. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1845>
- Arimerta, I. D. A. P., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2023). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Values*, 4(1), 14-24. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10798>
- Auliah, M., & Suprihadi, H. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(9).
- Ayuningsih, T. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Food And Beverage (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Dewi, N. L. A. G. T., Widnyana, I. W., & Tahu, G. P. (2023). Pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *EMAS*, 4(10), 2344-2361.
- Dharmawan, I. D., Putra, I. G. C., & Santosa, M. E. S. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (Kharisma)*, 5(2), 352-362.
- PeHalawa, Y. (2022). Pengaruh Current Ratio, Roa Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Doctoral Dissertation, Fakultas Sosial Sain).
- Ismawati, L., Nidar, S. R., Effendi, N., & Herwany, A. (2018). The Capital Structure's Determinant In Firm Located In Indonesia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 15, 2289-1560.
- Lusdani, W., Pagi, C., Piter, S., & Tangdialla, R. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021. *Widya Amerta*, 10(2), 19-39. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i2.441>
- Lutfiah, M., & Yahya, Y. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(10).
- Martha, L., & Afdella, F. N. (2022). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di

- Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic*, 6(2), 42-53. <https://doi.org/10.36057/jips.v6i2.540>
- Megawati, F. T., Umdiana, N., & Nailufaroh, L. (2021). Faktor-Faktor Struktur Modal Menurut Trade Off Theory. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (Jak)*, 26(1), 55-67. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.255>
- Naibaho, R. R., & Novianti, W. (2023). Pengaruh Rasio Perolehan Harga, Perputaran Total Aset, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2016-2021. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*, 3(1), 1-14. <https://doi.org/10.36277/mreko.v1i1.87>
- Narimawati, U., Sarwono, J., Sos, S., Affandi, H. A., & Priadana, H. S. (2020). *Ragam Analisis Dalam Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Penerbit Andi
- Priambodo, T. J. (2014). Pengaruh struktur aktiva, tingkat pertumbuhan penjualan dan profitabilitas terhadap struktur modal (studi pada perusahaan tekstil dan garmen yang listing di BEI periode 2010-2012) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Putri, S. S., Lestari, W., & Rahayu, R. (2023). Effect Of Sales Growth, Capital Structure, And Company Size On Company Value: Empirical Study Of Real Estate & Property Sector Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange. *Journal Of Business Management And Economic Development*, 1(03), 487-498. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v1i03.207>
- Saragih, S. N., & Hariani, S. (2023). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI 2017-2020. *Jurnal Economina*, 2(1), 28- 39. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.248>
- Thausyah, N. F., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aktiva dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(9).
- Wahyuni, W. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Doctoral dissertation, Universitas Abdurrachman saleh Situbondo). <https://doi.org/10.36841/jme.v2i6.3541> n tulisan dan penyusunan daftar pustaka harus baku dan konsisten dan menggunakan aplikasi pengutipan standar.