

Peran Manajemen Keuangan dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Sub Sektor *Houseware* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Cintya Aida Hidayati¹, Hasniari Farhana²

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Author: Cintya Aida Hidayati, E-Mail: cintyaaidahidayati53@gmail.com

Published: June, 2025

ABSTRAK

Peningkatan nilai perusahaan tidak terlepas dari efektivitas manajemen keuangan, khususnya dalam pengambilan keputusan pendanaan, investasi, dan pembagian dividen. Sub sektor *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menghadapi dinamika bisnis yang kompetitif dan memerlukan strategi keuangan yang tepat agar mampu mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang mendalam mengenai sejauh mana peran manajemen keuangan dapat berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan pada sektor tersebut. **Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan peran manajemen keuangan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan yang bergerak di sub sektor *houseware* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). **Bahan dan Metode.** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan sub sektor *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Variabel meliputi struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas sebagai variabel independen, serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Uji asumsi klasik juga digunakan untuk memastikan validitas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. **Hasil.** Hasil penelitian yang diperoleh, yaitu (1) Struktur Modal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; (2) Pertumbuhan Penjualan (X_2) memiliki pengaruh positif, tetapi tidak signifikan secara statistik; (3) Profitabilitas (X_3) menunjukkan pengaruh paling kuat dan signifikan terhadap nilai perusahaan. **Kesimpulan.** Struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan tidak memberikan pengaruh signifikan yang mengindikasikan bahwa peningkatan penjualan tidak otomatis meningkatkan nilai perusahaan tanpa efisiensi operasional yang memadai. Pengelolaan struktur modal yang seimbang dan peningkatan profitabilitas menjadi faktor kunci dalam memperkuat posisi keuangan dan menarik perhatian investor. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk memfokuskan strategi pada efisiensi dan pengelolaan keuangan yang optimal untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Kata kunci: *houseware*, manajemen keuangan, nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan tujuan utama yang menjadi fokus bagi tiap entitas bisnis. Upaya memaksimalkan nilai perusahaan berkaitan dengan aspek finansial dan mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola berbagai sumber daya dan menciptakan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan. Perusahaan yang berhasil meningkatkan nilai pasar dan kinerjanya menunjukkan manajemen yang efektif dan menjanjikan keuntungan yang berkelanjutan bagi pemegang saham. Nilai perusahaan sering kali menjadi patokan untuk mengukur keberhasilan setiap keputusan strategis yang diambil oleh manajemen, seperti pengembangan produk, ekspansi pasar, hingga inovasi teknologi (Silviani *et al.*, 2024). Oleh karena itu, transaksi yang dilakukan baik melalui akuisisi maupun investasi baru selalu dinilai berdasarkan potensi dampaknya terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga berfungsi sebagai daya tarik bagi investor. Ketika perusahaan menunjukkan performa yang baik dan nilai yang meningkat, hal ini turut menjadi indikator yang positif bagi investor dalam mengambil keputusan investasi. Investor cenderung mencari perusahaan yang menguntungkan dan memiliki prospek yang baik untuk pertumbuhan jangka panjang. Oktaviarni (2019) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki nilai tinggi lebih mampu menarik investor karena mencerminkan stabilitas dan potensi keberhasilan dalam bisnis yang dijalankan. Dengan demikian, perusahaan yang menyadari pentingnya nilai ini akan melakukan berbagai langkah strategis untuk menumbuhkannya agar dapat bersaing di pasar yang penuh tantangan. Nilai perusahaan yang tinggi berfungsi memberikan dana yang diperlukan untuk inovasi, pengembangan, dan peningkatan operasional.

Perusahaan wajib beradaptasi agar tetap kompetitif dan relevan. Dengan kata lain, sebuah perusahaan membutuhkan nilai yang baik untuk mencapai keberlanjutan dan pengembangan yang berkelanjutan (Wulandari *et al.*, 2024).

Manajemen keuangan berperan strategis dalam mencapai tujuan perusahaan yang utamanya adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Fungsi kunci dalam manajemen keuangan meliputi perencanaan, penganggaran, pengendalian, serta pengambilan keputusan investasi dan pendanaan (Suryana *et al.*, 2023). Perencanaan keuangan membutuhkan analisis mendalam untuk meramalkan proyeksi pendapatan dan pengeluaran, sedangkan penganggaran membantu dalam mendistribusikan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Di sisi lain, pencapaian pengendalian yang efisien memastikan bahwa pengeluaran tidak melebihi batas anggaran dan semua aktivitas tetap sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Proses pengambilan keputusan investasi melibatkan analisis prospek laba dari berbagai investasi, sedangkan keputusan pendanaan sangat krusial dalam menentukan kombinasi utang dan ekuitas untuk mendanai pertumbuhan perusahaan. Dengan sebuah sistem manajemen keuangan yang terencana dan terstruktur, perusahaan dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan meningkatkan kinerjanya.

Setiap keputusan dalam bidang keuangan memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Pilihan pembiayaan akan memengaruhi struktur permodalan dan besarnya biaya modal yang ditanggung perusahaan. Semakin rendah biaya modal, semakin besar peluang perusahaan untuk bertahan dan bersaing di pasar sehingga memperkuat persepsi positif investor terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, keputusan investasi yang keliru dapat menyebabkan kerugian modal dan menghambat penciptaan nilai optimal bagi para pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis yang mendalam terhadap setiap keputusan investasi, serta mengadopsi pendekatan yang berorientasi pada penciptaan nilai untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil dapat memberikan pertumbuhan nilai jangka panjang bagi seluruh pemangku kepentingan.

Pengelolaan keuangan yang efisien dalam segala aspeknya menghasilkan nilai tambah yang signifikan bagi pemegang saham. Manajemen keuangan dapat memastikan bahwa perusahaan telah memaksimalkan aset dan meminimalkan risiko yang berkaitan dengan ketidakpastian pasar. Dalam konteks ini, efisiensi alokasi sumber daya menjadi hal yang krusial, di mana perusahaan harus memanfaatkan teknologi dan analisis data untuk membuat keputusan yang tepat dan lebih informatif. Hasil dari pengelolaan keuangan yang baik terlihat dari laporan keuangan dan persepsi positif yang terbentuk di kalangan investor (Rahmadi & Mutasowifin, 2021). Pada akhirnya, seluruh aspek akan berkontribusi pada penciptaan nilai yang lebih tinggi sehingga memungkinkan perusahaan untuk tumbuh dan berkelanjutan dalam jangka panjang serta memenuhi harapan pemegang saham.

Industri *houseware* di Indonesia diakui sebagai salah satu sektor penting dalam perekonomian nasional sebab memberikan kontribusi signifikan terhadap perputaran ekonomi lokal. Dengan meningkatnya populasi perkotaan yang membawa perubahan gaya hidup, permintaan terhadap produk rumah tangga terus mengalami pertumbuhan. Potensi pertumbuhan ini semakin didukung oleh kemajuan teknologi dan aksesibilitas informasi yang memperluas pilihan konsumen untuk membeli barang-barang *houseware*, baik melalui saluran fisik maupun *e-commerce*. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sektor *houseware* berkontribusi sekitar 3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sehingga menciptakan lapangan kerja yang mendukung populasi yang semakin meningkat di tengah urbanisasi yang pesat (Nasution, 2021; Supartoyo *et al.*, 2018). Selain itu, industri ini menawarkan peluang bagi inovasi produk yang membawa nilai tambah yang bermanfaat bagi pengusaha lokal mendorong kekayaan intelektual dan daya saing.

Meskipun industri *houseware* menunjukkan tren positif dalam pertumbuhan, terdapat sejumlah tantangan yang kompleks di baliknya, yaitu fluktuasi permintaan yang sering kali terjadi akibat perubahan preferensi konsumen dan kondisi ekonomi global yang bergejolak. Nuraziza dan Sudirman (2024) menunjukkan bahwa ketahanan permintaan selama krisis ekonomi, seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19, memengaruhi penjualan dan keberlangsungan perusahaan. Selain itu, persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku industri untuk terus berinovasi dan menciptakan diferensiasi produk agar tetap menarik perhatian konsumen. Efisiensi operasional juga menjadi tantangan berikutnya, terutama bagi perusahaan UMKM yang sering kali terbatas dalam akses ke teknologi dan manajemen yang efektif. Mengingat pentingnya efisiensi dalam model bisnis, perusahaan perlu menjaga keseimbangan antara biaya produksi dan kualitas, sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Setiaji *et al.*, 2021).

Manajemen keuangan yang efisien menjadi faktor kunci dalam upaya menjaga stabilitas dan pertumbuhan perusahaan di sektor *houseware*. Pentingnya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik membantu perusahaan mengatasi fluktuasi pasar dan memastikan kelangsungan operasional. Pelaku usaha di sektor ini perlu membekali diri dengan pengetahuan tentang pengelolaan arus kas, dukungan investasi, dan pengendalian biaya untuk mengoptimalkan kinerja keuangan (Veronica, 2023; Budiantoro *et al.*, 2024). Penelitian yang dilakukan pada UMKM menunjukkan bahwa penguasaan aspek manajemen keuangan berbanding lurus dengan peningkatan profitabilitas dan keberlangsungan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pelatihan dan pengembangan kapasitas manajerial harus menjadi prioritas bagi pelaku usaha dalam menjalankan bisnis di industri *houseware*.

Fenomena nilai perusahaan pada emiten *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan adanya dinamika yang menarik dan cenderung fluktuatif. Sebagian besar penelitian menemukan bahwa nilai pasar dari perusahaan-perusahaan di sub sektor ini mengalami variabilitas yang dalam, dipengaruhi oleh kinerja keuangan yang berbeda-beda antar emiten. Mattoasi (2021) telah menganalisis laporan tahunan emiten *houseware* dan menunjukkan bahwa variabel rasio profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas sangat memengaruhi valuasi pasar perusahaan (Mattoasi, 2021). Namun, perbedaan kinerja keuangan tidak selalu merefleksikan manajemen yang efisien sebab pengaruh faktor eksternal seperti tren konsumen, kebijakan pemasaran, dan keberlanjutan juga memainkan peranan penting dalam menentukan nilai perusahaan. Oleh karena itu, kajian lebih dalam mengenai bagaimana manajemen keuangan dapat memengaruhi nilai tersebut secara signifikan adalah sesuatu yang penting. Pemahaman lebih lanjut mengenai hal ini akan membantu pemangku kepentingan untuk mengidentifikasi strategi investasi yang tepat dan menjadi bahan evaluasi bagi para pelaku industri untuk membangun model bisnis yang lebih tangguh dan adaptif di tengah perubahan pasar yang dinamis (Maulina *et al.*, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan peran manajemen keuangan dalam meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan yang bergerak di sub sektor *houseware* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

BAHAN DAN METODE

Partisipan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan subsektor *houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022 hingga 2024. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh entitas yang tergolong dalam subsektor tersebut. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, berdasarkan kriteria: (1) perusahaan terdaftar secara konsisten di BEI sepanjang tahun 2022 hingga 2024, dan (2) perusahaan secara terbuka menerbitkan laporan keuangan tahunan yang lengkap selama periode tersebut. Berdasarkan kriteria tersebut, seluruh perusahaan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel dan dianalisis dalam rangka mengevaluasi hubungan antara manajemen keuangan dan nilai perusahaan.

Desain dan Organisasi Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk mengevaluasi peran fungsi-fungsi manajemen keuangan dalam memengaruhi nilai perusahaan. Data yang diperoleh dikategorikan berdasarkan variabel-variabel penelitian, seperti struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas yang dianalisis terhadap variabel dependen berupa nilai perusahaan. Seluruh data diperoleh melalui publikasi resmi dari Bursa Efek Indonesia dan situs masing-masing perusahaan. Data akan diolah secara sistematis menggunakan teknik regresi linear berganda untuk menguji hubungan simultan maupun parsial antarvariabel dengan pendekatan *time series cross section*.

Analisis Statistik

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh variabel-variabel manajemen keuangan terhadap nilai perusahaan. Persamaan model yang digunakan dalam analisis adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan (Tobin's Q)

X_1 = Struktur Modal (*Debt to Equity Ratio*)

X_2 = Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*)

X_3 = Profitabilitas (*Return on Assets*)

Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk memperoleh estimasi koefisien dan uji signifikansi, baik secara parsial (uji-t) maupun simultan (uji-F). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan. Validitas model dilakukan untuk pengujian asumsi klasik, seperti uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi. Langkah ini penting untuk memastikan hasil analisis yang reliabel dalam mengevaluasi peran manajemen keuangan terhadap nilai perusahaan pada subsektor *houseware* di BEI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Proses analisis dimulai dengan menghitung nilai setiap variabel independen dan dependen menggunakan data panel yang diperoleh dari tiga perusahaan dalam sub-sektor *Houseware* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama kurun waktu 2022 hingga 2024 (Tabel 1). Variabel Struktur Modal (X_1) diukur menggunakan rasio *Debt to Equity* (DER), Pertumbuhan Penjualan (X_2) diukur menggunakan *Sales Growth*, sedangkan Profitabilitas (X_3) menggunakan indikator *Return on Assets* (ROA). Sementara itu, variabel dependen berupa Nilai Perusahaan (Y) diproksi menggunakan rasio Tobin's Q yang menggambarkan nilai pasar perusahaan relatif terhadap nilai asetnya.

Tabel 1. Hasil Perhitungan Nilai Variabel Penelitian (2022–2024)

Tahun	Perusahaan	DER (X_1)	SG (X_2)	ROA (X_3 , %)	Tobin's Q (Y)
2022	KDSI	0.75	0.050	5.91	0.79
	KICI	0.59	-0.344	0.85	0.37
	LMPI	2.37	0.012	-3.50	0.70
2023	KDSI	0.44	-0.076	7.04	0.93
	KICI	0.64	-0.125	-2.52	0.39
	LMPI	2.77	-0.053	-2.00	0.74
2024	KDSI	0.37	-0.048	7.50	0.93
	KICI	0.90	0.040	-3.12	0.47
	LMPI	3.92	-0.043	-5.90	0.83

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	Means	Standar Deviasi
Struktur Modal/DER (X_1)	1.417	1.277
Pertumbuhan Penjualan/SG (X_2)	-0.065	0.119
Profitabilitas/ROA (X_3)	0.473	5.082
Nilai Perusahaan (Y)	0.683	0.220

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai indikator Struktur Modal (X_1) berada pada angka 1.417 dengan standar deviasi sebesar 1.277. Adapun variabel Pertumbuhan Penjualan (X_2) memiliki nilai rata-rata *Sales Growth* (SG) sebesar -0.065 dengan standar deviansi 0.119. Sementara itu, *Return on Assets* (ROA) sebagai indikator Profitabilitas (X_3) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0.473 dengan standar deviasi 5.082. Nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio Tobin's Q menunjukkan angka rata-rata 0.683 yang mengindikasikan bahwa pasar menilai mayoritas perusahaan dalam sampel memiliki nilai pasar yang lebih rendah dibandingkan nilai penggantian asetnya sehingga dapat mencerminkan kurangnya keyakinan investor terhadap prospek pertumbuhan perusahaan.

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan terlebih dahulu pengujian terhadap asumsi-asumsi klasik. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa distribusi residual bersifat normal yang ditunjukkan oleh nilai *p-value* dari uji Saphiro-Wilk yang berada di atas ambang signifikansi 0.05 dengan nilai signifikansi 0.656. Pengujian multikolinearitas dilakukan melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), di mana seluruh variabel independen memiliki nilai VIF di bawah 5 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat korelasi tinggi antar variabel bebas.

Selain itu, uji autokorelasi dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1.224 yang menunjukkan bahwa seluruh asumsi regresi linear terpenuhi. Selanjutnya, hasil analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Nilai Perusahaan (Y) disajikan pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (β)	t-statistik	p-value
Konstanta	0.453	7.361	0.001
Struktur Modal (X_1)	0.170	5.246	0.003
Pertumbuhan Penjualan (X_2)	0.522	2.116	0.088
Profitabilitas (X_3)	0.051	6.483	0.001
R-squared	0.920		
F-statistik	19.156		0.004
Durbin-Watson	1.224		

Hasil regresi linear berganda terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki kemampuan yang cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel independen yang terdiri dari Struktur Modal (X_1), Pertumbuhan Penjualan (X_2), dan Profitabilitas (X_3) terhadap Nilai Perusahaan (Y). Koefisien konstanta sebesar 0.453 dengan t-statistik sebesar 7.361 dan p-value 0.001 menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel independen berada pada nilai nol, nilai perusahaan diperkirakan tetap berada pada angka 0.453. Hal ini mengindikasikan adanya nilai dasar pada perusahaan yang tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang diuji dan nilai tersebut signifikan secara statistik.

Struktur Modal (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0.170, dengan t-statistik 5.246 dan p-value 0.003. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam struktur modal akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.170 unit dan pengaruh tersebut signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Hasil ini menegaskan bahwa struktur modal merupakan komponen penting dalam pembentukan nilai perusahaan, sebagaimana sejalan dengan teori keuangan yang menyatakan bahwa struktur modal yang optimal dapat mengurangi biaya modal dan meningkatkan nilai perusahaan (Anisa & Febyansyah, 2024). Penyesuaian struktur pembiayaan perusahaan, baik melalui utang maupun ekuitas, mencerminkan strategi manajerial dalam mengelola risiko dan profitabilitas jangka panjang. Perusahaan yang mampu menyeimbangkan utang dan ekuitasnya menjadi lebih *adaptable* terhadap perubahan dalam kondisi pasar dapat meningkatkan nilai di mata investor.

Pertumbuhan Penjualan (X_2) memiliki koefisien sebesar 0.522 dengan t-statistik 2.116 dan p-value 0.088. Meskipun koefisiennya menunjukkan arah hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan, p-value yang lebih besar dari 0.05 menandakan bahwa pengaruhnya tidak signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan belum memberikan kontribusi yang cukup konsisten dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan dalam model ini. Namun, sinyal positif dari koefisien ini dapat dimaknai bahwa perusahaan yang mengalami peningkatan penjualan cenderung menarik bagi investor karena dipersepsikan memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar (Thalib, 2016; Fauzan & Mukaram, 2018). Pertumbuhan penjualan yang cepat dapat menarik perhatian investor dan memperkuat posisi pasar perusahaan, tetapi aspek kualitatif dari penjualan dan profitabilitas harus juga dieksplorasi lebih dalam untuk memahami dampaknya secara menyeluruh.

Adapun Profitabilitas (X_3) menunjukkan pengaruh yang paling kuat dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0.051, t-statistik sebesar 6.483, dan p-value 0.001. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.051 unit. Signifikansi ini memperkuat posisi profitabilitas sebagai indikator kinerja keuangan yang menjadi perhatian utama investor. Profitabilitas mencerminkan efisiensi operasional perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga mencerminkan nilai intrinsik dari suatu entitas bisnis (Sukadana & Triaryati, 2018).

Nilai koefisien determinasi (*R-squared*) sebesar 0.920 menunjukkan bahwa sekitar 92% variasi dalam nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam model. Hal ini merupakan indikator bahwa model memiliki daya jelaskan yang sangat tinggi dan cukup andal untuk digunakan dalam pengambilan keputusan manajerial maupun analisis investasi. Selain itu, nilai F-statistik sebesar 19.156 dengan p-value 0.004 menunjukkan bahwa model secara keseluruhan signifikan secara statistik yang berarti bahwa setiap independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang berarti terhadap nilai perusahaan.

Namun, nilai Durbin-Watson sebesar 1.224 mengindikasikan kemungkinan adanya autokorelasi positif dalam residual model regresi. Autokorelasi ini dapat menurunkan efisiensi estimasi dan menimbulkan bias dalam uji statistik sehingga perlu dilakukan analisis lebih lanjut, seperti uji Breusch-Godfrey atau penyesuaian dengan model regresi berganda berbasis time series untuk memastikan validitas model secara keseluruhan. Dengan demikian, hasil regresi menunjukkan bahwa Struktur Modal dan Profitabilitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Pertumbuhan Penjualan belum menunjukkan signifikansi pada tingkat konvensional. Model secara keseluruhan mampu menjelaskan sebagian besar variasi nilai perusahaan dengan baik. Namun, perhatian terhadap autokorelasi residual perlu diberikan agar kesimpulan yang diambil benar-benar valid secara statistik dan metodologis.

Pembahasan

Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal memainkan peran yang sangat penting dalam upaya peningkatan nilai perusahaan. Berbagai teori keuangan telah dikembangkan untuk menjadi acuan dalam menentukan proporsi antara utang dan ekuitas. Teori Modigliani dan Miller (MM) menyatakan bahwa dalam kondisi pasar yang ideal atau sempurna, susunan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai keseluruhan perusahaan karena investor dapat menyesuaikan kombinasi utang dan ekuitas sesuai preferensi masing-masing. Namun, adanya pajak memungkinkan terjadinya kebangkrutan dan ketidakseimbangan informasi sangat memengaruhi kebijakan pembiayaan. Oleh karena itu, muncul *Trade-off Theory* yang menjelaskan bahwa perusahaan perlu menyeimbangkan antara keuntungan pajak yang diperoleh dari utang dengan potensi kerugian akibat risiko gagal bayar (Darmayanti & Suryantini, 2017). Dengan demikian, perusahaan perlu menyusun struktur modal yang paling efisien untuk mengoptimalkan nilai perusahaan, dengan mempertimbangkan manfaat penghematan pajak dari utang sekaligus mewaspadaai risiko keuangan yang menyertainya.

Struktur modal yang optimal berfungsi untuk mengurangi risiko kebangkrutan dan biaya modal. Dengan memanfaatkan utang secara efisien, perusahaan dapat memanfaatkan penghematan pajak karena bunga utang dapat dikurangkan dari pajak. Di sisi lain, utang yang berlebihan dapat menambah risiko kebangkrutan karena pembayaran bunga yang harus dilakukan bahkan jika perusahaan mengalami penurunan pendapatan (Suarka & Wiagustini, 2019). Oleh karena itu, penyeimbangan antara utang dan ekuitas sangat penting. Ketika utang digunakan secara optimal, perusahaan dapat mendanai operasi dan ekspansinya, sekaligus menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham melalui pembiayaan yang lebih murah dan efisien. Hal ini relevan dengan perusahaan-perusahaan di Indonesia yang sering memanfaatkan utang untuk membiayai pertumbuhan sebab mengingat pasar modal yang sedang berkembang dan opsi pembiayaan yang lebih terbatas.

Preferensi terhadap utang dan ekuitas dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti regulasi yang mengatur penggunaan utang dan ketersediaan sumber pendanaan. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan tertentu cenderung lebih memilih menggunakan utang karena bisa lebih mudah diakses dibandingkan ekuitas, khususnya sektor-sektor yang memiliki investasi awal sangat tinggi dan *cash flow* stabil (Irian *et al.*, 2022; Meilyani *et al.*, 2020). Kebijakan pemberian pinjaman juga terpengaruh oleh risiko kebangkrutan yang dirasakan oleh bank yang dapat memicu restriksi dalam penyaluran kredit. Selain itu, regulasi perpajakan memberikan insentif bagi perusahaan untuk meminimalkan pajak melalui penggunaan utang. Sebagai contoh, perusahaan di sektor konstruksi sering kali menggunakan utang untuk membiayai proyek-proyek besar sehingga diharapkan meningkatkan nilai perusahaan (Milansari *et al.*, 2020; Rianti *et al.*, 2022).

Namun, perusahaan juga harus waspada terhadap kompleksitas yang timbul dari dinamika pasar dan tekanan ekonomi. Tantangan inflasi, fluktuasi nilai tukar, dan risiko operasional berpotensi memengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban utang dan memengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan (Banani & Mindayani, 2023). Oleh karena itu, perusahaan harus terus menerus mengawasi kondisi pasar dan mempertimbangkan faktor eksternal lainnya ketika menentukan strategi struktur modal. Kebijakan yang fleksibel dan adaptif dalam mengelola struktur modal dapat memainkan peran penting dalam menjaga kesehatan finansial perusahaan dan mendorong pertumbuhan jangka panjang. Dengan demikian, perusahaan dapat meminimalkan risiko kebangkrutan dan mengoptimalkan nilai perusahaan di pasar yang kompetitif.

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting dalam menilai kinerja perusahaan, tetapi tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Beberapa faktor dapat menjelaskan alasan peningkatan

penjualan tidak selalu mencerminkan kekuatan finansial yang lebih baik. Pertumbuhan penjualan yang tidak diiringi dengan efisiensi operasional dapat menimbulkan beban biaya yang tinggi. Misalnya, biaya pemasaran dan distribusi yang meningkat seiring dengan pertumbuhan penjualan dapat mengurangi margin laba. Jika perusahaan tumbuh tanpa meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi, maka penjualan yang lebih tinggi bisa berujung pada penurunan profitabilitas (Sumarsono, 2016). Hal ini memberikan sinyal bahwa pentingnya manajemen yang efektif terhadap biaya sehingga kontribusi positif dari pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dapat terwujud.

Pertumbuhan penjualan yang substansial dapat menyembunyikan masalah mendasar di dalam perusahaan. Ketika sebuah perusahaan berfokus terlalu banyak pada angka penjualan, mereka dapat mengabaikan kinerja aspek lain seperti pengelolaan biaya dan laba. Perusahaan yang berusaha mencapai pertumbuhan yang cepat dapat memberikan diskon harga atau meningkatkan pengeluaran untuk iklan tanpa strategi yang matang sehingga bisa berujung pada profitabilitas yang tertekan (Syardiana *et al.*, 2016). Hal ini berpengaruh pada penilaian investor yang akan melihat lebih dalam daripada hanya sekedar angka penjualan. Hal ini mengakibatkan peningkatan penjualan tanpa pertimbangan yang cermat dalam mengelola biaya sehingga nilai perusahaan tidak meningkat, bahkan bisa menurun jika tidak ada kontrol yang tepat.

Di samping itu, Ningrum dan Indriyani (2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tanpa mengatur biaya dengan baik dapat berdampak negatif terhadap profitabilitas dan akhirnya menurunkan nilai perusahaan. Penelitian terkait menunjukkan bahwa peningkatan penjualan yang cepat sering kali disertai dengan pemborosan biaya yang tidak perlu sehingga dapat membuat investor khawatir tentang keberlanjutan dari pertumbuhan tersebut. Pramukti (2019) menemukan bahwa pertumbuhan yang substansial tanpa peningkatan dalam manajemen biaya dapat berujung pada peningkatan kemungkinan kerugian. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa mereka juga melakukan kontrol yang ketat terhadap biaya untuk memelihara profitabilitas.

Pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak cukup untuk meningkatkan nilai perusahaan tanpa strategi manajemen biaya yang efektif dan efisien. Sebuah perusahaan yang tidak dapat mengelola biaya operasionalnya dengan baik atau memiliki ketergantungan yang tinggi pada utang untuk mendanai pertumbuhannya mungkin menghadapi masalah di masa depan (Wahyuliza & Dewita, 2018). Fuadi *et al.* (2022) menunjukkan bahwa perusahaan perlu menciptakan keseimbangan antara penjualan dan pengendalian biaya untuk memastikan bahwa pertumbuhan penjualan sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, meskipun pertumbuhan penjualan merupakan hal yang diinginkan, fokus yang berlebihan pada aspek tersebut tanpa mencermati elemen kunci lainnya dapat berakibat negatif dan menghasilkan keputusan yang buruk tentang nilai perusahaan di mata para investor.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas berperan penting dalam menentukan nilai suatu perusahaan karena mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang menjadi tolok ukur utama bagi investor dalam menilai kondisi keuangan perusahaan. Ketika tingkat profitabilitas suatu entitas stabil atau meningkat, hal ini mampu meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan menarik minat calon investor. Terdapat korelasi antara panjangnya siklus konversi kas dengan tingkat profitabilitas, di mana perusahaan yang memiliki siklus konversi kas lebih singkat umumnya menunjukkan profitabilitas yang lebih baik, terutama pada perusahaan kecil yang memiliki keterbatasan dalam memperoleh pembiayaan dari perbankan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan kinerja operasional yang efisien dan kemampuan pengelolaan aset yang optimal sehingga mampu memperkuat posisi laba dan nilai pasar perusahaan.

Profitabilitas berfungsi sebagai indikator penting dalam penentuan nilai perusahaan oleh pasar. Ketika perusahaan menghasilkan laba yang baik, nilai sahamnya cenderung meningkat. Hal ini dikarenakan laba dapat menciptakan ekspektasi bahwa perusahaan dapat memberikan dividen yang lebih tinggi di masa depan. Laba yang tinggi berkontribusi terhadap pertumbuhan nilai perusahaan dengan memberikan ruang untuk reinvestasi dalam proyek-proyek baru atau ekspansi bisnis. Investasi dalam modal intelektual juga berperan, di mana perusahaan yang lebih efisien dalam memanfaatkan modal intelektualnya dapat meningkatkan profitabilitas dan meningkatkan nilai pasar mereka (Tandon *et al.*, 2016). Oleh karena itu, investor menyukai saham perusahaan yang menunjukkan konsistensi dalam kinerja laba dan potensi pertumbuhan jangka panjang.

Namun, profitabilitas yang baik tidak selalu menjamin bahwa nilai perusahaan akan selalu meningkat. Dalam banyak kasus, faktor eksternal dan internal juga memainkan peran penting dalam menentukan nilai pasar (Kumar *et al.*, 2023). Misalnya, perusahaan yang memiliki struktur biaya yang tinggi dengan laba bersihnya baik, tidak mampu mempertahankan nilai yang tinggi dalam jangka panjang. Kebijakan dividen yang diambil oleh

perusahaan dikombinasikan dengan keputusan manajemen tentang penggunaan laba dapat memengaruhi bagaimana pasar melihat nilai perusahaan (Rajverma *et al.*, 2019). Oleh karena itu, walaupun profitabilitas adalah indikator penting, investor juga perlu melihat berbagai aspek lain, seperti efisiensi biaya, pengelolaan risiko, dan strategi pertumbuhan ketika menilai nilai perusahaan.

Tantangan dalam mempertahankan profitabilitas di tengah kompetisi yang ketat juga merupakan faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Ahn dan Gan (2019) menunjukkan bahwa perusahaan yang tidak dapat mengelola dan menyesuaikan biaya dengan baik akan menghadapi kesulitan dalam mempertahankan profitabilitas, terutama dalam kondisi pasar yang bergejolak. Ketidakmampuan untuk menjaga profitabilitas dapat menyebabkan penurunan nilai saham dan kepercayaan investor. Dalam konteks ini, perusahaan harus terus menerus menganalisis dan mengadaptasi strategi mereka untuk memastikan bahwa mereka dapat mencapai laba yang baik dan mempertahankan kinerja ini dalam jangka panjang untuk meningkatkan profit dan nilai perusahaan di pasar (Eugster & Isakov, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas adalah penggerak kunci dari nilai perusahaan dan harus dikelola secara strategis dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

KESIMPULAN

Hasil penelitian yang diperoleh menyimpulkan bahwa Struktur Modal (X_1) dan Profitabilitas (X_3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) di sub sektor *Houseware* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengelolaan struktur modal yang tepat mencerminkan keseimbangan utang dan ekuitas, diiringi dengan peningkatan profitabilitas melalui efisiensi operasional dan pengelolaan laba, menjadi faktor kunci dalam meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, Pertumbuhan Penjualan (X_2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) yang menandakan bahwa peningkatan penjualan saja belum cukup memengaruhi penilaian investor secara langsung apabila tidak didukung oleh pengelolaan biaya dan efisiensi yang optimal.

Oleh karena itu, perusahaan perlu lebih fokus pada optimalisasi struktur modal dan peningkatan profitabilitas sebagai strategi utama untuk memperkuat posisi keuangan dan meningkatkan daya tarik di pasar. Sementara itu, pertumbuhan penjualan perlu diimbangi dengan pengelolaan biaya yang lebih efektif agar dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan di masa mendatang. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengaruh faktor eksternal terhadap hubungan antara struktur modal, profitabilitas, dan nilai perusahaan di berbagai sektor industri. Selain itu, penelitian juga dapat memperluas analisis dengan menambahkan variabel pengelolaan risiko dan inovasi strategis untuk memahami dampaknya terhadap kinerja dan nilai perusahaan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

Anh, D., & Gan, C. (2019). Inadequate corporate profitability and marketability efficiency: a case of vietnam manufacturing enterprises. *23rd International Congress on Modelling and Simulation, Canberra, ACT, Australia, 1 to 6 December 2019*. <https://doi.org/10.36334/modsim.2019.e2.anh>.

Anisa, T., & Febyansyah, A. (2024). Pengaruh likuiditas, leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1992-2016. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3896>.

Banani, A., & Mindayani, R. (2023). Pengaruh intellectual capital, kepemilikan institusional, risiko bisnis, dan struktur modal terhadap kinerja perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Daya Saing*, 9(2), 430-441. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i2.1296>.

Budiantoro, H., *et al.* (2024). Pelatihan manajemen keuangan, solusi daya saing dan omzet pokdakan naminasang farm & co. *Jurnal Inovasi Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 264-272. <https://doi.org/10.53621/jippmas.v4i2.387>.

Darmayanti, N. B., & Suryantini, N. (2017). Determinan keputusan pendanaan pada perusahaan publik di indonesia (pengujian pecking order theory dan trade off theory). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2), 97-106. <https://doi.org/10.31940/jbk.v13i2.700>.

Eugster, N., & Isakov, D. (2017). Founding family ownership, stock market returns, and agency problems. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3076950>.

- Fauzan, M., & Mukaram, M. (2018). Pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas (studi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2015). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(3), 89. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i3.948>.
- Fuadi, A., et al. (2022). Pengaruh risiko bisnis, pertumbuhan penjualan dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Asset Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.24269/asset.v5i2.6154>.
- Irian, B., Paranita, E., & Ispriyahadi, H. (2022). Pengaruh fleksibilitas keuangan, growth opportunity, bankruptcy risk dan struktur aset terhadap struktur modal. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(04), 806-819. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21494>.
- Kumar, R., Sujit, K., & Abdul, W. (2023). Linkage between brand value and firm performance: an empirical examination using fuzzy set qualitative comparative analysis. *Sage Open*, 13(3). <https://doi.org/10.1177/21582440231192135>.
- Mattoasi, M. (2021). Manajemen keuangan badan usaha milik desa (bumdes) berdasarkan sak-etap. *Mopolayio Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 1(1), 42-49. <https://doi.org/10.37479/mopolayio.v1i1.13>.
- Maulina, A., et al. (2024). Efektivitas sistem pengendalian manajemen terhadap kualitas laporan keuangan pt. indofood sukses makmur tbk (2019 – 2022). *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 3(5), 413-418. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i5.2634>.
- Meilyani, I., Suci, N., & Cipta, W. (2020). Pengaruh risiko bisnis, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Prospek Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 15. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v1i2.23150>.
- Milansari, R., Masitoh, E., & Siddi, P. (2020). Faktor – faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan makanan dan minuman di bei. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 31. <https://doi.org/10.20473/baki.v5i1.17179>.
- Nasution, L. (2021). Penguatan peran sektor keuangan bagi percepatan pemerataan kesejahteraan. *Journal of Regional Economics Indonesia*, 2(1), 71-91. <https://doi.org/10.26905/jrei.v2i1.6183>.
- Ningrum, D., & Indriyani, F. (2022). The effect of company profitability, leverage, and growth on company value with capital structure as intervening variables. *Islamic Accounting Journal*, 2(2), 72-90. <https://doi.org/10.18326/iaj.v2i2.72-90>.
- Nuraziza, S., & Sudirman, W. (2024). Keseimbangan antara inovasi teknologi dan kepatuhan regulasi: tantangan dalam mengintegrasikan artificial intelligence (AI) dalam manajemen keuangan. *MONEY*, 2(1), 47-57. <https://doi.org/10.31004/money.v2i1.21438>.
- Oktaviarni, F. (2019). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, leverage, kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1-16. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.1.1-16>.
- Pramukti, A. (2019). Faktor -faktor yang mempengaruhi struktur modal perusahaan. *Atestasi Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(1), 58-67. <https://doi.org/10.33096/atestasi.v2i1.194>.
- Rahmadi, I. H., & Mutasowifin, A. (2021). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 279-294. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.183>.
- Rajverma, A., et al. (2019). Impact of ownership structure and dividend on firm performance and firm risk. *Managerial Finance*, 45(8), 1041-1061. <https://doi.org/10.1108/mf-09-2018-0443>.
- Rianti, C., Dianti, M., & Zaeni, S. (2022). Analisis determinan faktor struktur modal di bursa efek indonesia tahun 2016-2019. *Jurnal Syntax Transformation*, 3(01), 42-54. <https://doi.org/10.46799/jst.v3i1.491>.
- Setiaji, N., et al. (2021). Pelatihan manajemen keuangan sebagai kunci UKM dapat berkembang di masa pandemic covid-19 di UKM situ gadung kabupaten tangerang. *Dedikasi PKM*, 3(1), 73. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v3i1.14609>.
- Silviani, A., M, R., & Fuadah, L. (2024). Pengaruh likuiditas, leverage, profitabilitas terhadap nilai perusahaan sebelum dan selama pandemi covid-19. *J-Aksi Jurnal Akuntansi dan Sistem Informasi*, 5(3), 414-425.

<https://doi.org/10.31949/jaksi.v5i3.11555>.

Suaraka, S., & Wiagustini, N. (2019). Pengaruh inflasi, profitabilitas, struktur modal, dan earning per share terhadap harga saham perusahaan consumer goods. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3930. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i06.p23>.

Sukadana, I., & Triaryati, N. (2018). Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap profitabilitas pada perusahaan food and beverage bei. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 6239. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p16>.

Sumarsono, H. (2016). Pengaruh keputusan pendanaan, kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Ekuilibrium Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 7(1), 36. <https://doi.org/10.24269/ekuilibrium.v7i1.30>.

Supartoyo, Y., et al. (2018). Pengaruh sektor keuangan bank perkreditan rakyat terhadap perekonomian regional wilayah sulawesi. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 2(1), 15-38. <https://doi.org/10.31685/kek.v2i1.207>.

Suryana, I. I., Nuridah, S., & Kusumaningtyas, D. S. (2023). Penerapan akuntansi keluarga dan pengelolaan keuangan dalam rumah tangga pasangan milenial. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 9480-9492. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6026>.

Syardiana, G., Rodoni, A., & Putri, Z. (2016). Pengaruh investment opportunity set, struktur modal, pertumbuhan perusahaan, dan return on asset terhadap nilai perusahaan. *Akuntabilitas*, 8(1). <https://doi.org/10.15408/akt.v8i1.2760>.

Tandon, K., Purohit, H., & Tandon, D. (2016). Measuring intellectual capital and its impact on financial performance: empirical evidence from cnx nifty companies. *Global Business Review*, 17(4), 980-997. <https://doi.org/10.1177/0972150916645703>.

Thalib, D. (2016). Intermediasi, struktur modal, efisiensi, permodalan dan risiko terhadap profitabilitas bank. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 20(1). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v20i1.155>.

Veronica, M. (2023). Pelatihan manajemen keuangan usaha kecil dan menengah di Desa III Srinanti Kecamatan Banyuasin I Sumatera Selatan. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 4(2), 389-396. <https://doi.org/10.36908/akm.v4i2.756>.

Wahyuliza, S., & Dewita, N. (2018). Pengaruh likuiditas, solvabilitas dan perputaran modal kerja terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Benefita*, 3(2), 219. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.3173>.

Wulandari, L., Azmi, I., & Desyana, G. (2024). Pengaruh likuiditas, leverage, profitabilitas terhadap harga saham idx30 pada bursa efek indonesia. *J-Aksi Jurnal Akuntansi dan Sistem Informasi*, 5(3), 371-379. <https://doi.org/10.31949/jaksi.v5i3.9813>.