



Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aset terhadap Nilai Perusahaan

Desvita Aisyah Andini¹

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia, desvitaaisyahandini@gmail.com

Corresponding Author: desvitaaisyahandini@gmail.com¹

Abstract: The article entitled "The Effect of Capital Structure, Sales Growth, and Asset Structure on Company Value" is a scientific work based on literature review in the field of Research Methods. The aim is to interpret the hypothesis about the relationship between variables that will be applied in further studies. This study takes objects from online sources such as Google Scholar, Mendeley, and other online academic sites. The method used is library research, relying on materials from e-books and open access journals. The examination was conducted using descriptive qualitative methods. From this article, the following findings were obtained: 1) Capital Structure affects Company Value; 2) Sales Growth affects Company Value; and 3) Asset Structure affects Company Value.

Keyword: Company Value, Capital Structure, Sales Growth, Assets Structure

Abstrak: Artikel berjudul "Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, dan Struktur Aset terhadap Nilai Perusahaan" merupakan karya ilmiah berbasis telaah pustaka yang masuk dalam bidang Metode Riset. Tujuannya adalah untuk mengartikan dugaan tentang keterkaitan antar variabel yang nantinya akan diterapkan di dalam studi lanjutan. Penelitian ini mengambil objek dari sumber pustaka daring seperti Google Scholar, Mendeley, serta tempat akademik online lainnya. Metode yang digunakan adalah library research dengan mengandalkan bahan dari e-book dan jurnal akses terbuka. Pemeriksaan dilakukan secara deskriptif kualitatif. Dari artikel ini, diperoleh temuan bahwa: 1) Struktur Modal memengaruhi Nilai Perusahaan; 2) Pertumbuhan Penjualan memengaruhi Nilai Perusahaan; dan 3) Struktur Aset memengaruhi Nilai Perusahaan.

Keyword: Nilai Perusahaan, Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Aset

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Setiap Perusahaan pada era kompetisi global dituntut untuk mampu menjaga keberlangsungan usahanya dengan mengelola sumber daya secara efektif. Salah satu ukuran signifikan yang sering digunakan dalam mengevaluasi kesehatan perusahaan adalah nilai perusahaan, karena mencerminkan tingkat keyakinan investor terhadap harapan kinerja di

waktu mendatang. Nilai perusahaan terdorong oleh banyak aspek, di antaranya struktur modal, struktur aset, dan pertumbuhan penjualan, sehingga keberhasilan perusahaan dalam menyusun komposisi pendanaan dan mengelola penjualan akan berpengaruh besar terhadap pandangan pasar dan keberlanjutan usaha.

Struktur aset ialah gambaran perbedaan antara aset lancar dan aset tetap yang dimiliki perusahaan. Proporsi aset tetap yang tinggi memungkinkan perusahaan lebih lancer mendapatkan pinjaman karena dapat dijadikan jaminan, namun di sisi lain mendorong penggunaan utang dalam pembiayaan. Sebaliknya, perusahaan dengan keseimbangan aset lancar yang tinggi cenderung memiliki likuiditas yang baik dan dapat membiayai operasional jangka pendek. Oleh karena itu, struktur aset berperan ganda dalam memengaruhi struktur modal maupun persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

Kemudian, pertumbuhan penjualan (sales growth) juga membuat indikator utama dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Penjualan yang konsisten dan meningkat dari tahun ke tahun menunjukkan daya saing serta prospek keberlanjutan usaha. Pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak hanya memperbesar laba, tetapi juga meningkatkan kepercayaan investor maupun kreditur. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan berpotensi memberikan pengaruh terhadap struktur modal karena memperkuat kemampuan membayar kewajiban serta terhadap nilai perusahaan karena menjadi sinyal positif bagi pasar

Berlandaskan latar belakang yang telah diuraikan, maka tujuan utama dari penyusunan artikel ini yakni untuk merancang dugaan yang akan diterapkan dalam riset berikutnya, khususnya dengan menyusun

1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan;
2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan; dan
3. Pengaruh Struktur Aset terhadap Nilai Perusahaan;

METODE

Artikel literature review ditulis menggunakan pendekatan Kajian Pustaka (library research) dan Systematic Literature Review (SLR), dengan pemeriksaan yang dilakukan secara kualitatif. Sumber utamanya berasal dari platform daring seperti Google Scholar, Mendeley, juga aplikasi ilmiah online lainnya.

SLR sendiri didefinisikan sebagai langkah-langkah untuk mendapatkan, menilai, dan memahami seluruh fakta penelitian yang ada, bertujuan memberikan jawaban yang tepat sasaran bagi pertanyaan penelitian tertentu

Dalam konteks analisis kualitatif, tinjauan pustaka perlu diterapkan secara stabil sesuai dengan prinsip-prinsip metodologis yang mendasarinya. sebagian motivasi utama untuk menggunakan pengkajian ini adalah karena penelitiannya bersifat eksploratif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Bersumber pada latar belakang, tujuan dan metode, jadi hasil riset pada artikel ini adalah seperti berikut:

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan tanggapan investor mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang seringkali terpaut dengan harga saham. Menurut (Irawan & Kusuma, 2019) apabila harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan tumbuh. Tingginya nilai perusahaan mengembangkan kepercayaan pasar tidak hanya tentang kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga terhadap prospek di masa depan. Investor biasanya mengaitkan nilai perusahaan serta tingkat pengembalian (return) yang diharapkan, karena tujuan utama mereka adalah memperoleh keuntungan maksimal dengan risiko tertentu. Dengan demikian, nilai

perusahaan menjadi indikator penting yang menunjukkan seberapa besar kepercayaan investor terhadap potensi pertumbuhan perusahaan.

Menurut (Hidayat, 2019), nilai perusahaan (value of the firm) dapat diartikan sebagai nilai kini atas semua manfaat yang di masa mendatang. Nilai ini dapat dilihat melalui nilai pasar maupun nilai buku ekuitas perusahaan. Nilai pasar tercermin dari harga saham di bursa yang selalu berfluktuasi dari waktu ke waktu, bahkan dapat berubah setiap detik. Nilai perusahaan juga merupakan cerminan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, terbentuk dari rekam jejak kinerja yang dicapai dari perusahaan berdiri hingga sekarang. Untuk mengukurnya, digunakan rasio penilaian atau rasio pasar, seperti *Price to Book Value (PBV)* maupun *Tobin's Q*, yang menilai seberapa jauh pasar mengakui kondisi keuangan dan prospek perusahaan. Dengan demikian, dimensi nilai perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan, persepsi pasar, dan prospek pertumbuhan, sementara indikator yang digunakan meliputi harga saham, PBV, *Tobin's Q*, dan nilai buku ekuitas.

Nilai perusahaan yang tinggi memaparkan kemakmuran pemegang saham. (Fitri Prasetyorini, 2013) menegaskan bahwa semakin tinggi harga saham akan semakin tinggi pula nilai perusahaan, yang pada hasilnya menunjukkan tingkat keamanan pemegang saham. Hal ini sesuai dengan target utama perusahaan, yaitu memaksimumkan nilai bagi pemilik modal. Oleh karena itu, upaya meningkatkan nilai perusahaan tidak hanya dilakukan melalui peningkatan kinerja keuangan, tetapi juga menempuh strategi manajerial yang mampu memberikan sinyal positif kepada pasar, menjaga kepercayaan investor, serta memperkuat daya saing jangka panjang.

Nilai Perusahaan ini ramai di teliti oleh peneliti sebelumnya antara lain adalah (Dian Firmansyah & Ali, 2024), (Paramita et al., 2023) dan (Azhari & Ali, 2024)

Struktur Modal

Struktur modal menggambarkan perbandingan antara utang dan ekuitas yang diterapkan perusahaan untuk membiayai operasional. Ketetapan struktur modal (capital structure) penting karena memengaruhi kinerja dan nilai perusahaan. Menurut (Haryono et al., 2017) manajer harus berhati-hati dalam menentukan sumber pembiayaan, baik dari modal sendiri maupun modal asing. (Inayah, 2022) menambahkan bahwa struktur modal dihitung dengan rasio *Debt to Equity Ratio (DER)*, yang menunjukkan tahapan leverage perusahaan terhadap ekuitas pemegang saham.

(Yusintha et al., 2010) menjelaskan bahwa struktur modal meliputi dari modal sendiri (saham biasa, saham preferen, dan laba ditahan) serta modal asing (utang). Penggunaan utang menimbulkan kewajiban tetap berupa bunga dan pokok pinjaman, yang meningkatkan risiko keuangan jika proporsinya terlalu besar. Semakin tinggi proporsi utang, semakin besar pula risiko gagal bayar, sehingga manajer keuangan harus mengimbangi di antara kegunaan dan risiko pemanfaatan utang dalam struktur modal. Menurut (Puspitasari, 2022), tidak ada struktur modal yang paling baik secara universal. Namun, apabila perubahan struktur modal mampu mengoptimalkan nilai perusahaan, maka struktur modal tersebut dapat disebut optimal.

Teori keuangan modern, seperti *Trade-Off Theory* dan *Pecking Order Theory*, mendukung pendapat ini dengan menekankan pentingnya keseimbangan di antara manfaat pajak utang, biaya kebangkrutan, dan preferensi pendanaan. Dengan demikian, struktur modal merupakan keputusan strategis yang berperan besar dalam menentukan risiko, profitabilitas, serta nilai perusahaan di mata investor. Oleh karena itu, dimensi struktur modal dapat dilihat dari komposisi pendanaan (modal sendiri dan modal asing), tingkat risiko keuangan, serta optimalitas struktur pendanaan. Indikator yang umum digunakan seperti *Debt to Equity Ratio (DER)*, *Debt Ratio*, serta perimbangan utang jangka panjang terhadap total aset.

Struktur Modal ini sudah sangat banyak di teliti oleh peneliti terdahulu di antaranya yakni (Yulianti et al., 2024), (Imanda & Ali, 2025), dan (Aulia & Ali, 2025)

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan (*growth of sales*) adalah penambahan jumlah penjualan perusahaan dari waktu ke waktu. Indikator ini menunjukkan keberhasilan operasional di periode sebelumnya sekaligus menjadi acuan kinerja di masa mendatang. Menurut (Arianti, 2022) pertumbuhan penjualan mencerminkan keunggulan kompetitif perusahaan dalam pasar, di mana peningkatan penjualan yang konsisten akan membagikan sinyal positif bagi pemilik maupun investor. Dengan kata lain, semakin tinggi pertumbuhan penjualan, semakin besar juga potensi peningkatan nilai perusahaan yang menjadi ekspetasi para pemegang saham.

Selain itu, pertumbuhan penjualan yang konsisten juga menjadi unsur penting dalam penilaian kreditur. (Anisa & Febyansyah, 2024) menekankan bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang seimbang dianggap lebih terjamin dan mampu menanggung beban tetap, termasuk bunga pinjaman yang lebih tinggi. Hal ini karena konsistensi dalam penjualan mencerminkan keberlanjutan arus kas yang dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban keuangan perusahaan. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan tidak hanya berdampak pada peningkatan laba, tetapi juga pada kepercayaan eksternal terhadap kemampuan perusahaan dalam mengelola pendanaan.

Pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, di mana kenaikan laba yang diciptakan dari penjualan yang lebih tinggi memperkuat posisi keuangan perusahaan. (Rahayu & Suroso, 2020) menambahkan bahwa pertumbuhan penjualan yang meningkat sejalan dengan peningkatan profitabilitas, yang dapat dilihat sejak laba bersih dan total aset perusahaan. Dengan demikian, dimensi pertumbuhan penjualan dapat mencakup keberhasilan operasional, stabilitas arus kas, dan profitabilitas, sementara indikator yang digunakan meliputi jumlah penjualan, laba bersih, total aset, dan konsistensi pertumbuhan dari periode ke periode. Oleh karena itu, pertumbuhan penjualan menjadi variabel kunci yang mencerminkan keberhasilan operasional, prospek masa depan, serta penentu nilai perusahaan di mata investor maupun kreditur.

Pertumbuhan Penjualan ini sudah banyak dianalisis oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Argioaptaro & Ali, 2025), (Azhari & Ali, 2024), dan (Putri & Ali, 2025)

Struktur Aset

Struktur Aset adalah perbandingan antara aset tetap dengan total aset perusahaan yang menggambarkan alokasi dana untuk setiap jenis aset sebagai bentuk penanaman modal. Menurut (Eko Putranto & Martini Martini, 2025), struktur aset juga menggambarkan bentuk harta kekayaan yang dipunyai perusahaan. Dengan kata lain, struktur aset menunjukkan bagaimana perusahaan mengalokasikan sumber daya ekonominya ke dalam aset lancar maupun aset tetap, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada strategi pembiayaan dan keberlangsungan usaha. Dalam konteks analisis, struktur aset dapat dijadikan dimensi utama, yaitu pembagian antara aset lancar dan aset tetap, dengan indikator yang dapat digunakan berupa rasio aset lancar terhadap total aset dan rasio aset tetap terhadap total aset.

Aset sendiri merupakan sumber ekonomi yang dipegang perusahaan yang diharapkan memberikan manfaat di masa depan atau merupakan hasil dari transaksi di masa lalu (Putri A & Asyik N.F, 2019) menjelaskan bahwa jika perusahaan memiliki proporsi aset lancar yang besar, maka perusahaan tersebut memiliki kemampuan lebih tinggi untuk membayar kewajiban jangka pendeknya karena aset lancar mudah diuangkan. Sebaliknya, perusahaan dengan proporsi aset tetap lebih besar cenderung menggunakan pendanaan jangka panjang atau modal sendiri dalam membiayai operasionalnya. Hal ini karena aset tetap memiliki umur ekonomis panjang dan dapat digunakan sebagai dasar kebijakan pendanaan jangka panjang.

Struktur aset juga berhubungan erat dengan kemampuan perusahaan memperoleh pinjaman. Menurut (Sari, 2020), perusahaan dengan struktur aset yang tinggi lebih mudah mendapatkan pinjaman karena aset tetap dapat dijadikan agunan bagi kreditur. Tingginya proporsi aset tetap dalam struktur aset mendorong perusahaan untuk lebih banyak menggunakan utang dibandingkan perusahaan dengan struktur aset rendah. Dengan demikian, struktur aset tidak hanya menunjukkan komposisi kekayaan, tetapi juga dapat diukur melalui indikator yang mencerminkan keahlian perusahaan dalam mengelola asetnya untuk mendukung pembiayaan dan keberlangsungan usaha

Struktur Aset ini sudah banyak di teliti oleh penelaah sebelumnya di antaranya adalah(Raisa Raisa et al., 2024), (Miswanto et al., 2022), dan (Puspajati & Ali, 2025)

Review Artikel Relevan

Menganalisis tulisan yang berkaitan sebagai landasan dalam menetapkan hipotesis penelitian dengan memberikan penjelasan mengenai temuan dari studi sebelumnya, menjelaskan kesamaan dan perbedaan dibandingkan dengan desain penelitian ini, berdasarkan penelitian yang relevan yang berhubungan dengan tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Nugraha et al., 2021)	Hasil analisis menunjukkan bahwa Struktur Modal berperan penting dalam memengaruhi Nilai Perusahaan.	Kedua artikel ini sama-sama membahas struktur modal dan nilai perusahaan	Pada artikel tersebut membahas variabel ukuran perusahaan	H1
2	(Winarti & Handayani, 2024)	Dari hasil analisis yang dilakukan, menunjukkan bahwa variabel Struktur Modal memberikan efek positif terhadap Nilai Perusahaan.	Kedua artikel ini sama-sama membahas Nilai perusahaan	Pada artikel tersebut membahas ukuran perusahaan dan pertumbuhan asetnya	H1
3	(Arianti, 2022)	Berdasarkan hasil analisis, Pertumbuhan Penjualan terbukti memiliki dampak positif yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Kedua Artikel ini sama-sama membahas Perumbahan penjualan	Pada artikel tersebut menjelaskan Keputusan Investasi	H2
4	(Fajriah et al., 2022)	Dari temuan penelitian, terlihat bahwa Pertumbuhan Penjualan memberikan dampak positif yang signifikan pada Nilai Perusahaan di industri makanan dan minuman, dengan data yang dikumpulkan langsung dari situs resmi Bursa Efek Indonesia.	Kedua artikel ini membahas variabel Pertumbuhan Penjualan dan Nilai Perusahaan	Pada variabel ini tidak membahas pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan	H2
5	(Narima et al., 2024)	Berdasarkan hasil analisis Struktur Aset berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.	Kedua artikel ini membahas struktur aset	Pada Artikel tersebut, focus penelitian ke perusahaan otomotif di BEI	H3

6	(Biday et al., 2023)	Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa Struktur Modal dan Struktur Aset secara simultan memengaruhi Nilai Perusahaan.	Kedua artikel ini membahas struktur modal terhadap nilai perusahaan	Pada artikel ini tidak membahas profitabilitas dan likuiditas	H3
---	----------------------	--	---	---	----

Pembahasan

Bersumber pada kajian teori yang telah dilakukan, pembahasan dalam artikel *literature review* ini difokuskan pada penelaahan terhadap berbagai artikel yang relevan, analisis hubungan antar variabel, serta penyusunan kerangka konseptual sebagai dasar strategi penelitian selanjutnya.

Selanjutnya, hasil penelitian yang telah dikaji menjadi dasar dalam pembahasan artikel ini, yang mencakup proses peninjauan literatur terkait, analisis pengaruh antar variabel, dan perumusan model konseptual yang akan digunakan sebagai acuan dalam perencanaan penelitian.

1. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Konsep struktur modal dalam hubungannya dengan nilai perusahaan berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengatur proporsi antara utang dan ekuitas guna mencapai keseimbangan keuangan yang optimal. Struktur modal yang efisien menjadi salah satu elemen penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan Signaling Theory, keputusan perusahaan terkait struktur modal berfungsi sebagai sinyal bagi investor untuk menilai kondisi finansial perusahaan. Struktur modal yang baik mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola risiko serta mengoptimalkan tingkat pengembalian, sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan investor dan berdampak positif terhadap nilai pasar perusahaan.

Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dapat terlihat dari peningkatan penggunaan utang dalam batas wajar yang mampu mendorong kenaikan nilai pasar perusahaan. Temuan dari (Nugraha et al., 2021) menunjukkan bahwa struktur modal memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sejalan juga disampaikan oleh (Winarti & Handayani, 2024) yang menyatakan bahwa struktur modal yang seimbang antara modal sendiri dan modal asing dapat meningkatkan kepercayaan investor, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Kedua hasil penelitian ini menegaskan bahwa kebijakan pendanaan yang tepat memiliki kontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan struktur modal, manajemen perlu menentukan komposisi pendanaan yang efisien dan selaras dengan kapasitas keuangan perusahaan. Berdasarkan berbagai temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Komposisi pendanaan yang optimal akan memperkuat stabilitas keuangan, menekan risiko kebangkrutan, serta memperbaiki persepsi investor terhadap prospek jangka panjang perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan struktur modal yang efektif menjadi strategi penting dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan,

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya & Fitriati, 2022), (Oktaviani et al., 2019) serta (Mudijah et al., 2019) yang juga menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan.

Konsep pertumbuhan penjualan dalam hubungannya dengan nilai perusahaan menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu mencapai keberhasilan operasional serta mempertahankan daya saing di pasar. Berdasarkan Signaling Theory, peningkatan tingkat

penjualan dianggap sebagai sinyal positif bagi investor yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjaga pertumbuhan dan memperluas pangsa pasar. Perusahaan yang berhasil mencapai pertumbuhan penjualan yang tinggi mencerminkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan laba yang optimal. Hal ini pada gilirannya meningkatkan nilai pasar serta memperkuat kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan.

Pertumbuhan penjualan terbukti memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, di mana peningkatan pendapatan menjadi cerminan efektivitas strategi bisnis dan kinerja manajerial. Penelitian yang dilakukan oleh (Arianti, 2022) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan serupa diungkapkan oleh (Fajriah et al., 2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kenaikan penjualan yang konsisten mampu menciptakan persepsi positif di kalangan investor terhadap stabilitas keuangan dan prospek pertumbuhan jangka panjang perusahaan.

Untuk meningkatkan Nilai Perusahaan dengan memperhatikan Pertumbuhan Penjualan, manajemen perlu menjaga konsistensi kinerja penjualan dengan memperkuat strategi pemasaran dan inovasi produk. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka semakin besar kemampuan perusahaan meningkatkan laba dan memperkuat kepercayaan investor. Dengan demikian, menjaga peningkatan penjualan yang stabil menjadi strategi penting dalam memaksimalkan nilai perusahaan di mata publik dan pemegang saham.

Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Rahayu & Suroso, 2020), (Arianti, 2022) dan (Elisa & Amanah, 2021)

3. Pengaruh Struktur Aset terhadap Nilai Perusahaan.

Konsep struktur aset dalam kaitannya dengan nilai perusahaan menjelaskan bagaimana perusahaan mengatur dan memanfaatkan aset lancar maupun aset tetap secara efisien untuk menunjang kegiatan operasional. Berdasarkan **Resource-Based Theory**, struktur aset yang dikelola dengan baik mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya ekonomi untuk menciptakan nilai tambah. Struktur aset yang kuat juga menjadi indikator stabilitas keuangan dan kemampuan perusahaan menjaga likuiditas, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan investor terhadap nilai perusahaan.

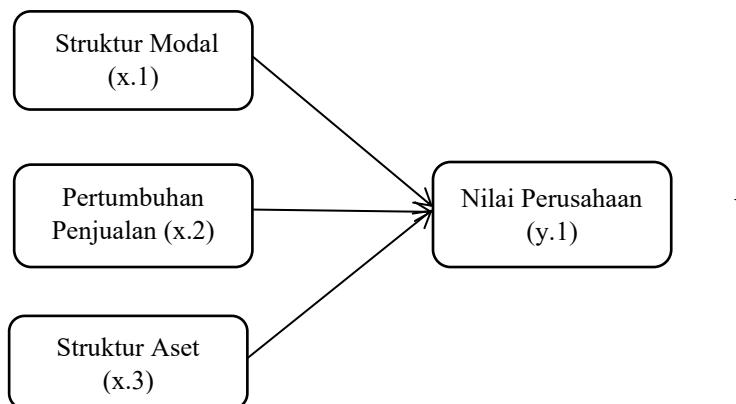
Struktur aset memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, di mana efisiensi dalam penggunaan aset mampu meningkatkan produktivitas serta profitabilitas perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Narima et al., 2024) menunjukkan bahwa struktur aset berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian serupa diungkapkan oleh (Bidaya et al., 2023) yang menemukan bahwa struktur modal dan struktur aset secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kedua penelitian tersebut memperkuat pandangan bahwa pengelolaan aset yang efektif berperan penting dalam menjaga stabilitas keuangan serta mendorong peningkatan nilai pasar perusahaan.

Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan struktur aset, manajemen perlu memastikan bahwa aset tetap dan aset lancar digunakan secara optimal sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang ada, pengelolaan struktur aset yang efisien dapat memperkuat posisi keuangan, meningkatkan kinerja jangka panjang, dan menarik minat investor. Dengan demikian, strategi pengelolaan aset yang tepat menjadi faktor kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh(Himmah & Setiyono, 2025), (Farizki et al., 2021) serta (Fides Alfida Pamungkas et al., 2020) yang juga menyatakan bahwa struktur aset berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Rerangka konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, hasil pembahasan, serta kajian studi studi yang terkait, maka disusunlah struktur konseptual dari artikel ini sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah disajikan pada gambar sebelumnya, dapat dijelaskan bahwa **Struktur Modal**, **Pertumbuhan Penjualan**, dan **Struktur Aset** memiliki pengaruh terhadap **Nilai Perusahaan**. Selain ketiga variabel eksogen tersebut, masih terdapat sejumlah variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi nilai perusahaan, antara lain sebagai berikut:

1. Profitabilitas(x.4): (Naomi Putri & Ali, 2024), (Harfani & Nurdiansyah, 2021) dan (Zulva & Ali, 2025)
2. Ukuran Perusahaan (x.5): (Bunardi & Cahyadi, 2024), (Erlangga, 2025) dan (Naomi Putri & Ali, 2024)
3. Kebijakan Deviden (x.6): (Santika Dewi, 2019), (Febianti et al., 2024) dan (Anggraini et al., 2024)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan, hasil, dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan dari artikel ini adalah merumuskan hipotesis yang akan digunakan sebagai dasar dalam penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, jika Struktur Modal dalam kondisi baik akan berdampak baik pula pada nilai perusahaan.
2. Pertumbuhan Penjualan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, apabila Pertumbuhan Penjualan meningkat akan berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan.
3. Struktur Aset berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Jika Struktur Aset lancar akan berpengaruh baik kepada Nilai Perusahaan

Saran

Masih terdapat berbagai faktor lain yang mampu memengaruhi **Nilai Perusahaan**, serupa variabel X4, X5, dan X6. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut guna mengkaji pengaruh variabel-variabel tersebut secara lebih mendalam.

REFERENSI

- Anggraini, S., Machdar, N. M., & Husadah, C. (2024). Pengaruh Modal Kerja Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 1109–1121. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2345>
- Anisa, T. D., & 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>
- Argioaptaro, H., & Ali, H. (2025). *Penerapan Manajemen Strategik Penjualan Mobil Berbasis SWOT di PT XYZ*. 1(1), 25–37.
- Arianti, B. F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1845>
- Aulia, R. Z., & Ali, H. (2025). Pengaruh Kekuatan Organisasi, Sumber Daya Manusia dan Inovasi terhadap Strategi Kinerja Perusahaan. *Jurnal Greenation Sosial Dan Politik*, 3(1), 1–14. <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i1.261>
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72–81. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i2.146>
- Bidaya, K., Purba, M. I., Laia, R., Giawa, A. H., & Aliah, N. (2023). The influence of profitability, liquidity, and capital structure on firm value. *Journal of Economics and Business Letters*, 3(3), 14–20. <https://doi.org/10.55942/jebi.v3i3.209>
- Bunardi, S., & Cahyadi, H. (2024). Pengaruh Board Diversity, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Oleh Kinerja Keuangan. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 7(3), 300–312. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v7i3.320>
- Dian Firmansyah, P., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kebijakan Lingkungan, Pengembangan Teknologi dan Kompetensi Inti terhadap Strategi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 2(2), 54–63. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 312–328. <http://www.yinglisolar.com/us/about/sustainability/>
- Erlangga, Y. H. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan Nusantara*, 3(1), 41–53.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>
- Farizki, F. I., Suhendro, S., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.273>
- Febianti, W., Machdar, N. M., & Husadah, C. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Struktur Modal Terhadap Manajemen Laba Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 1075–1086. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i2.2341>
- Fides Alfida Pamungkas, Anita Wijayanti, S., & Rosa Nikmatul Fajri, S. (2020). 700-Article Text-2503-1-10-20200430. *PENGARUHnSTRUKTUR ASET*,

- UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN, 2(2), 86–102.
- Harfani, A. N., & Nurdiansyah, D. H. (2021). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(1), 497–505. <https://doi.org/10.31539/costing.v5i1.2818>
- Haryono, S. A., Fitriany, F., & Fatima, E. (2017). Pengaruh Struktur Modal Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 14(2), 119–141. <https://doi.org/10.21002/jaki.2017.07>
- Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return on Equity dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Fakultas Ekonomi*, 21(1), 67–75. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Himmah, F., & Setiyono, T. A. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Perwira Journal of Economics & Business*, 5(2), 179–198. <https://doi.org/10.54199/pjeb.v5i2.610>
- Imanda, R. A., & Ali, H. (2025). Peran Modal, Struktur Organisasi dan Budaya Perusahaan terhadap Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Greenation Ilmu Teknik*, 2(4), 194–202. <https://doi.org/10.38035/jgit.v2i4.273>
- Inayah, Z. (2022). Analisis Struktur Modal, Profitabilitas Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Penelitian Literature Review Manajemen Keuangan). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 788–795. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1141>
- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKTUAL*, 17(1), 66–81. <https://doi.org/10.47232/aktual.v17i1.34>
- Miswanto, M., Setiawan, A. Y., & Santoso, A. (2022). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Struktur Aset, dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(2), 212. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i2.945>
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Mudjijah dkk. *Jurnal Akuntansi Keuangan*, 8(1), 41–56.
- Naomi Putri, T., & Ali, H. (2024). Strategi Inovasi Produk, Aliansi Strategis, dan Diversifikasi Portofolio Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 64–71. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i2.147>
- Narima, N., Prayudi, A., Sagita, S., Siregar, M. M., Simbolon, S. M., & Siregar, N. A. (2024). Analisis Pengaruh Struktur Aset , Struktur Modal Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Otomotif Yang Terdaftar Di. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 887–908.
- Nugraha, N. M., Susanti, N., & Rhamadan Setiawan, M. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 5(1), 208–218. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i1.383>
- Oktaviani, M., Rosmaniar, A., & Hadi, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(1). <https://doi.org/10.30651/blc.v16i1.2457>
- Paramita et al., 2022. (2023). Indikator minat beli konsumen meliputi: 1. Tingkat kepuasan pelanggan 2. Interaksi dalam media social 3. Survei dan penelitian pasar 4. Ulasan dan rating produk (Paramita et al., 2022). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(3), 141–153.
- Puspajati, I., & Ali, H. (2025). Analisis SWOT Sebagai Dasar Strategi Bersaing PT . XYZ Dalam Penjualan Sepeda Motor. 3(1), 21–30.

- Puspitasari, W. A. (2022). Pengaruh likuiditas, struktur aktiva, dan profitabilitas terhadap struktur modal. *Jurnal Cendekia Keuangan*, 1(1), 42. <https://doi.org/10.32503/jck.v1i1.2258>
- Putri A, & Asyik N.F. (2019). Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Aset, Dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1–20.
- Putri, B. A., & Ali, H. (2025). Pengaruh Inovasi, Kepemimpinan dan Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 21–28. <https://doi.org/10.38035/jkis.v3i1.1730>
- Rahayu, V. S., & Suroso, R. I. M. A. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI periode 2015-2018). *Journal Riset Mahasiswa Manajemen - JRMM*, 6(1), 1–5. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/4467>
- Raisa Raisa, Cahyadi Husadha, & Elia Rossa. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 344–353. <https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i1.409>
- Santika Dewi, D. (2019). Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Bambang Suryono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(1), 1–19.
- Sari, V. N. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Struktur Aset Dan Kebijakan Dividen Terhadap Kebijakan Hutang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 9(6), 2460–0585.
- Wijaya, N. S., & Fitriati, I. R. (2022). Pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5606–5616. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1870>
- Winarti, Y. A., & Handayani, N. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 3(2), 127–146. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v3i2.6663>
- Yulianti, Y., Husadha, C., Rossa, E., Pangaribuan, D., & Yuniat, T. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Tata Kelola Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2022. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), 1491–1507. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i3.2427>
- Yusintha, P., Suryandari, E., & Muhammadiyah Yogyakarta, U. (2010). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 11(2), 179–188.
- Zulva, A. F., & Ali, H. (2025). Pengaruh Strategi Inovasi Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Persaingan Perusahaan. *Jurnal Greenation Sosial Dan Politik*, 3(1), 24–32. <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i1.241>