

Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Sub-Sektor Tekstil dan Garmen 2021-2023

Yulia Wahyu Lestari¹, Purwanti Purwanti²

Email: yulia.wl99@gmail.com, wanti@pelitabangsa.ac.id

^{1,2}Universitas Pelita Bangsa

Received: 13-01-2025

Revised : 11-02-2026; 19-02-2026

Accepted : 20-02-2026

Abstract

This research aims to analyze the influence of capital structure and company size on company value in the textile and garment sub-sector during the 2021-2023 period. The background to this research is the revival of the textile sector after the COVID-19 pandemic, which presents opportunities as well as challenges for companies to survive amidst business dynamics. The method used is a quantitative approach with secondary data from 12 textile and garment companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The independent variables are capital structure and company size, while the dependent variable is company value which is measured using Price to Book Value (PBV). Data analysis uses panel data regression with the help of Eviews-12 software. The research results show that capital structure and company size have a significant influence on company value, with respective probability values of 0.0006 and 0.0000. The coefficient of determination of 72.6% shows that the variability in company value can be explained by these two variables. An optimal capital structure helps a company minimize financial risks, while a larger company size provides a competitive advantage in the market. These findings emphasize the importance of strategic financial management in increasing company value. This research provides practical implications for corporate decision makers and stakeholders to maximize the performance of the textile and garment sector.

Keywords: Capital Structure, Company Size, Company Value, Panel Regression, Garment Industry

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor tekstil dan garmen selama periode 2021-2023. Latar belakang penelitian ini adalah kebangkitan sektor tekstil pasca pandemi COVID-19, yang menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan untuk bertahan di tengah dinamika bisnis. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data sekunder dari 12 perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen adalah struktur modal dan ukuran perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). Analisis data menggunakan regresi data panel dengan bantuan software Eviews-12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan masing-masing nilai probabilitas sebesar 0,0006 dan 0,0000. Koefisien determinasi sebesar 72,6% menunjukkan bahwa variabilitas nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini. Struktur modal yang optimal membantu perusahaan meminimalkan risiko finansial, sedangkan ukuran perusahaan yang lebih besar memberikan keunggulan kompetitif di pasar. Temuan ini menegaskan pentingnya pengelolaan keuangan strategis dalam meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pengambil keputusan perusahaan dan pemangku kepentingan untuk memaksimalkan kinerja sektor tekstil dan garmen.

Kata Kunci: Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Regresi Data Panel, Garmen Industri

Pendahuluan

Keberlangsungan operasional sebuah perusahaan merupakan aspek yang sangat vital untuk memastikan bisnis dapat berjalan secara konsisten, kompetitif, dan berkelanjutan. Di tengah lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif, perusahaan dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi agar mampu menghadapi berbagai tantangan, baik dari dalam maupun luar organisasi. Operasional yang baik tidak hanya ditentukan oleh efisiensi proses bisnis, tetapi juga oleh pengelolaan sumber daya secara strategis, termasuk aspek keuangan, produksi, hingga pemasaran (Kumar et al., 2021). Keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan operasional juga sangat memengaruhi kepercayaan pemangku kepentingan, seperti pemegang saham, mitra bisnis, dan konsumen (Saridawati et al., 2024).

Pasca pandemi COVID-19, banyak sektor usaha yang mulai menunjukkan tanda-tanda kebangkitan setelah sebelumnya menghadapi tekanan berat akibat berbagai pembatasan sosial dan penurunan aktivitas ekonomi (Sasmiharti & Karyati, 2024). Masa pandemi telah mengajarkan pentingnya resiliensi dalam menghadapi krisis global, di mana perusahaan harus mencari cara untuk bertahan di tengah ketidakpastian yang ekstrem. Sektor-sektor seperti makanan, kesehatan, dan manufaktur mulai kembali bangkit secara bertahap. Namun, pemulihan ekonomi ini tidak dapat dipisahkan dari upaya sistemik yang dilakukan oleh perusahaan dan pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang mendukung keberlanjutan bisnis.

Salah satu sektor yang mencatatkan kebangkitan signifikan pasca pandemi adalah sub-sektor tekstil dan garmen. Sub-sektor ini memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya sebagai penyedia lapangan kerja terbesar di bidang industri manufaktur (Ramadhany & Suwaidi, 2021). Dengan potensi ekspor yang cukup besar dan permintaan domestik yang kembali meningkat, industri tekstil dan garmen memiliki peluang besar untuk menjadi salah satu motor penggerak pemulihan ekonomi nasional (Satya et al., 2018). Selain itu, kemajuan teknologi produksi dan pengelolaan rantai pasok juga memberikan nilai tambah bagi perusahaan-perusahaan di sektor ini untuk tetap kompetitif di pasar global.

Namun, optimisme tersebut tidak terlepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi. Salah satu kasus yang mencerminkan kerentanan di sektor ini adalah kebangkrutan PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex), yang merupakan salah satu perusahaan terkemuka di sub-sektor garmen dan industri. PT Sritex, yang sebelumnya dikenal sebagai salah satu pemain utama dalam pasar tekstil Indonesia, dinyatakan pailit setelah mengalami kesulitan memenuhi kewajiban keuangan terhadap kreditur. Kondisi ini tentu menjadi pukulan besar bagi industri tekstil nasional, mengingat kontribusi besar Sritex dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung kegiatan ekspor.

Kasus kebangkrutan yang dialami PT Sritex memberikan gambaran jelas tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang strategis bagi perusahaan. Pengelolaan yang buruk atas aspek-aspek fundamental, seperti modal kerja, struktur modal, dan likuiditas, dapat mengakibatkan hilangnya kepercayaan dari pemangku kepentingan, termasuk investor dan mitra bisnis. Salah satu dampak paling serius dari kegagalan dalam pengelolaan keuangan adalah penurunan nilai perusahaan yang mencerminkan penurunan persepsi pasar terhadap prospek bisnis perusahaan. Oleh karena itu, upaya untuk memahami dan mengelola faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi sangat penting.

Secara konseptual, nilai perusahaan dapat diartikan sebagai ukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan telah menciptakan kemakmuran bagi pemegang saham (Nadhiyah & Fitria, 2021). Nilai ini sering kali direpresentasikan melalui harga pasar saham perusahaan. Tingginya nilai perusahaan mencerminkan ekspektasi pasar yang positif terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan. Faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan meliputi struktur modal, ukuran perusahaan, tingkat profitabilitas, serta potensi pertumbuhan perusahaan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor ini sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan.

Salah satu faktor utama yang berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal merujuk pada komposisi antara modal sendiri (*equity*) dan utang (*debt*) yang digunakan oleh perusahaan dalam mendanai kegiatan operasional dan investasi (Maryanti et al., 2023). Keputusan mengenai struktur modal yang tepat menjadi sangat penting karena menentukan tingkat risiko finansial, biaya modal, dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Struktur modal yang optimal dapat membantu perusahaan memaksimalkan nilai sekaligus meminimalkan risiko gagal bayar.

Selain struktur modal, ukuran perusahaan juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan biasanya diukur melalui berbagai indikator seperti total aset, pendapatan, atau jumlah karyawan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif, seperti akses yang lebih luas ke pasar modal, hubungan yang kuat dengan mitra bisnis, serta kemampuan untuk memanfaatkan ekonomi skala (Suno et al., 2023). Faktor-faktor tersebut memungkinkan perusahaan besar untuk lebih mudah menciptakan nilai bagi pemegang saham dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian ini karena ingin mendalami bagaimana struktur modal dan ukuran perusahaan berkontribusi terhadap nilai perusahaan, khususnya di sub-sektor tekstil dan garmen. Kasus kebangkrutan PT Sritex menjadi ilustrasi yang relevan untuk memahami bagaimana pengelolaan keuangan berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini berfokus pada perusahaan-perusahaan di sub-sektor tekstil dan garmen tahun 2021–2023, karena sektor ini menjadi salah satu indikator kebangkitan ekonomi pasca pandemi sekaligus menghadapi dinamika bisnis yang menantang.

Nilai Perusahaan

Nilai pasar merupakan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditur dan stakeholder lain terhadap kondisi perusahaan yang tercermin pada nilai pasar saham perusahaan yang bisa menjadi ukuran nilai perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019). Nilai perusahaan diukur dengan Price Book Value (PBV). Rasio ini merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Perusahaan yang berjalan dengan baik umumnya mempunyai rasio PBV di atas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Menurut Nafiah & Fauziyanti (2023) mendefinisikan bahwa nilai perusahaan adalah pemberian informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham.

Struktur Modal

Struktur modal adalah perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri. Modal asing adalah utang jangka panjang maupun utang jangka pendek. Sedangkan modal sendiri terbagi atas laba ditahan dan ekuitas pemegang saham. Struktur modal juga dapat diartikan sebagai komposisi atau kombinasi sumber pendanaan yang digunakan perusahaan untuk mendukung operasi dan investasinya, baik yang berasal dari pihak eksternal maupun internal (Hamzah, 2021). Selain itu, struktur modal mencerminkan strategi pembiayaan yang dipilih oleh manajemen untuk memaksimalkan nilai perusahaan sekaligus meminimalkan risiko keuangan.

Penelitian yang dilakukan Lisda & Kusmayanti (2021) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Arianti & Yatinigrum (2022) juga menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Atas dasar temuan tersebut maka dinyatakan hipotesis berikut.

H1: Pengaruh struktur modal signifikan terhadap nilai perusahaan

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan adalah suatu skala perusahaan yang dapat dikelompokkan menjadi besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aktiva, total penjualan dan nilai saham (Muharramah & Hakim, 2021). Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat diartikan sebagai tingkat kapabilitas dan kapasitas yang dimiliki perusahaan dalam mengelola sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan bisnis. Ukuran ini tidak hanya mencakup aspek keuangan seperti total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar, tetapi juga faktor non-keuangan, seperti jumlah karyawan, luasnya jaringan distribusi, dan pangsa pasar perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Meifari (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Puspitaningrum & Hanah (2024) juga menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Atas dasar temuan tersebut maka dinyatakan hipotesis berikut.

H2: Pengaruh Ukuran Perusahaan signifikan terhadap nilai perusahaan

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang mana menyajikan data dalam bentuk perhitungan angka statistik untuk menguji hubungan kausal antarvariabel secara objektif dan terukur. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk kedalam data sekunder yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan secara resmi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 22 perusahaan di sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 12 perusahaan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu perusahaan yang secara konsisten terdaftar selama periode penelitian, menerbitkan laporan keuangan lengkap, serta memiliki data yang relevan dengan variabel yang diteliti. Metode pemilihan sampel menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling agar sampel yang diperoleh sesuai dengan tujuan dan kebutuhan analisis penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ialah struktur modal dan ukuran perusahaan yang dioperasionalkan

secara kuantitatif, di mana struktur modal diukur menggunakan rasio keuangan tertentu dan ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset. Variabel dependen yang digunakan ialah nilai perusahaan dengan indikator PBV sebagai proksi yang mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi data panel karena mampu mengakomodasi variasi data lintas perusahaan dan antarwaktu secara simultan. Pemilihan regresi data awal diawali dengan pemilihan model regresi data panel yang terbaik untuk model ini, dengan melakukan uji chow, hausman, dan lagrange multiplier guna menentukan model yang paling sesuai antara common effect, fixed effect, atau random effect. Setelah model didapatkan maka dilanjutkan dengan uji regresi data panel yang kemudian dilanjutkan dengan uji hipotesis parsial dan koefisien determinasi untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen serta kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Analisis regresi data panel menggunakan bantuan program software Eviews-12 dan pada model random effect tidak dilakukan uji asumsi klasik karena estimasi Generalized Least Square telah dianggap mampu mengatasi permasalahan heteroskedastisitas dan autokorelasi sebagaimana dijelaskan dalam literatur metodologi regresi data panel.

Hasil dan Pembahasan

Pemilihan model data panel

Uji Chow

Pengujian Chow merupakan metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan signifikan antara dua kelompok data atau lebih dalam sebuah model regresi (Setiawan, 2023). Dalam analisis data menggunakan perangkat lunak seperti EViews, pengujian ini sering diterapkan untuk membandingkan model dengan struktur data yang berbeda, seperti model yang menggabungkan seluruh data (*common effect*) dengan model yang mengelompokkan data berdasarkan cross-section atau time-series tertentu (*fixed effect*).

Kriteria pengambilan keputusan pada pengujian Chow adalah jika nilai *cross-section chi-square* berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, maka model yang dipilih adalah Fixed Effect Model (FEM). Sebaliknya, jika nilai *cross-section chi-square* melebihi 0,05, maka model yang lebih sesuai adalah Common Effect Model (CEM).

Tabel 1. Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	9.335854	(9,28)	0.0000
Cross-section Chi-square	58.453132	9	0.0000

Berdasarkan temuan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *cross-section chi-square* senilai 0,000 yang mana kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pengujian chow, model yang terpilih ialah FEM dan dilanjutkan dalam pengujian hausman.

Uji Hausman

Pengujian Hausman merupakan metode statistik yang banyak digunakan dalam analisis data panel untuk menentukan model yang paling tepat antara fixed effect dan random effect. Dalam praktiknya, khususnya menggunakan perangkat lunak seperti EViews, uji ini memberikan panduan kepada peneliti dalam memilih pendekatan terbaik untuk menangkap perbedaan antar individu atau entitas dalam data, apakah melalui pemodelan sebagai variabel tetap (fixed effect) atau sebagai variabel acak (random effect).

Kriteria keputusan dalam pengujian Hausman adalah jika nilai cross-section random lebih kecil dari 0,05, maka model yang dianggap paling tepat adalah Fixed Effect Model (FEM). Sebaliknya, jika nilai cross-section random lebih besar dari 0,05, maka Random Effect Model (REM) dianggap lebih sesuai untuk digunakan.

Tabel 2. Uji hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.000000	3	1.0000

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai cross-section random bernilai 1,000 > 0,05, berarti dapat disimpulkan bahwa model REM yang terpilih, yang mana harus dilanjutkan kedalam pengujian selanjutnya yakni uji lagrange multiplier.

Uji lagrange multiplier

Pengujian Lagrange Multiplier (LM) merupakan metode statistik yang umum digunakan dalam analisis data panel untuk menentukan model yang paling tepat antara common effect dan random effect. Dalam penerapannya, khususnya dengan menggunakan perangkat lunak seperti EViews, uji ini bertujuan mengevaluasi signifikansi variansi spesifik, baik yang berasal dari individu (cross-section effect) maupun waktu (time effect), dalam model random effect, sehingga dapat dipertimbangkan dalam analisis lebih lanjut.

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah jika nilai *both* lebih besar dari 0,05, maka model yang dipilih adalah Common Effect Model (CEM). Sebaliknya, jika nilai *both* lebih kecil dari 0,05, maka Random Effect Model (REM) dianggap lebih sesuai.

Tabel 3 Uji lagrange multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	24.71572 (0.0000)	0.77431 (0.3882)	23.5613 (0.0000)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui pada tabel 3, bahwa nilai both breusch-pagan senilai $0,000 < 0,05$ yang berarti REM ialah model yang terpilih pada model ini. Setelah dilakukan pemilihan model data panel diketahui bahwa model REM yang akan dilakukan pengujian regresi data panel. Pengujian asumsi klasik tidak dilakukan dalam model ini hal ini dikarenakan bila model data panel REM yang terpilih maka uji asumsi klasik tidak perlu dilakukan (Hsio, 2022).

Analisis regresi data panel

Analisis regresi data panel merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengolah data yang mencakup pengamatan dari beberapa entitas, seperti individu, perusahaan, atau negara, dalam kurun waktu tertentu. Metode ini mengintegrasikan karakteristik data cross-section dan time series, sehingga memungkinkan identifikasi variasi antar unit serta dinamika perubahan dalam unit yang sama dari waktu ke waktu. Kombinasi ini memberikan keunggulan dalam menangkap kompleksitas data secara lebih mendalam dibandingkan analisis yang hanya berfokus pada salah satu jenis data.

Tabel 4 Uji regresi data panel model REM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.435041	0.233633	4.662281	0.0000
DER	0,814682	0,058925	11.17629	0.0006
SIZE	0.736963	0.040680	17.51592	0.0000

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi data panel model REM yang ditunjukkan pada tabel 4 dapat diketahui nilai konstanta sebesar 1,435 yang berarti jika nilai variabel struktur modal dan ukuran perusahaan sebesar nol maka nilai perusahaan sebesar 1,435. Nilai koefisien pada variabel struktur modal yang diproksikan dengan DER sebesar 0,814 yang berarti jika variabel struktur modal dinaikkan 1% maka variabel nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,814. Nilai koefisien pada variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan nilai logaritma natural dari total aset sebesar 0,736 yang berarti jika variabel ukuran perusahaan dinaikkan 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,736.

Uji Hipotesis Parsial

Pengujian hipotesis parsial dalam analisis regresi adalah metode pengujian statistik untuk menentukan apakah setiap variabel independen secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini sering dilakukan dengan menggunakan t-test pada koefisien regresi masing-masing variabel independen.

Adapun kriteria pengujian uji hipotesis parsial ialah jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima, namun jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 5 Uji hipotesis parsial

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.435041	0.233633	4.662281	0.0000
DER	0,814682	0,058925	11.17629	0.0006
SIZE	0.736963	0.040680	17.51592	0.0000

Berdasarkan temuan yang ditunjukkan pada tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas pada variabel struktur modal sebesar 0,0006 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis pada variabel struktur modal diterima yang mana pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan signifikan. Selanjutnya nilai probabilitas pada variabel ukuran perusahaan sebesar 0,0000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis pada variabel ukuran perusahaan diterima yang mana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan signifikan.

Uji koefisien determinasi

Pengujian koefisien determinasi pada data panel adalah proses untuk mengukur sejauh mana variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen. Koefisien determinasi sering dinyatakan sebagai R^2 dan merupakan indikator sejauh mana model regresi memberikan penjelasan yang baik terhadap data yang diamati.

Tabel 6 Uji koefisien determinasi

R-squared	0.758826
Adjusted R-squared	0.726714
S.E. of regression	0.061475
F-statistic	120.7268
Prob(F-statistic)	0.000000

Berdasarkan tabel 6 yang disajikan diatas dapat diketahui bahwa nilai R-square sebesar 0,758 berarti 75,8% menunjukkan bahwa hubungan antara variabel struktur modal (X1) dan ukuran perusahaan (X2) terhadap nilai perusahaan memiliki hubungan yang terbilang kuat. Nilai adjusted R-square sebesar 0,726 yang berarti 72,6% dari variasi variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel struktur modal (X1) dan ukuran perusahaan (X2) sedangkan sisanya sebesar 27,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama dapat diketahui bahwa nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga hipotesis pertama diterima, di mana struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan, struktur modal merupakan salah satu faktor penting yang mencerminkan keputusan pendanaan yang diambil oleh perusahaan. Struktur modal yang optimal memungkinkan perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara penggunaan dana internal dan eksternal, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian yang dilakukan Lisda & Kusmayanti (2021) menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Arianti & Yatinigrum (2022) memiliki kesamaan hasil dengan temuan pada penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa struktur modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua dapat diketahui bahwa nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima, yang mana ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan mencerminkan skala operasi, aset yang dimiliki, dan kapabilitas perusahaan dalam menghasilkan pendapatan, yang secara langsung memengaruhi persepsi investor terhadap stabilitas dan potensi pertumbuhan perusahaan. Perjalanan perusahaan yang tumbuh seiring berjalannya waktu juga akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Meifari (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Puspitaningrum & Hanah (2024) juga memperkuat temuan ini yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa struktur modal dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor tekstil dan garmen tahun 2021-2023. Struktur modal menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0006, yang mengindikasikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengelolaan struktur modal yang optimal dapat meningkatkan stabilitas keuangan dan daya tarik perusahaan bagi investor. Sementara itu, ukuran perusahaan memiliki nilai probabilitas sebesar 0,0000, yang juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar mencerminkan stabilitas operasi dan potensi pertumbuhan yang menarik perhatian investor. Hasil uji koefisien determinasi dengan nilai Adjusted R-squared sebesar 0,726 mengindikasikan bahwa 72,6% variasi nilai perusahaan dijelaskan oleh struktur modal dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 27,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Penelitian ini menekankan pentingnya pengelolaan struktur modal yang baik dan strategi pertumbuhan ukuran perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan, di mana faktor eksternal seperti kondisi pasar dan kebijakan pemerintah yang mungkin turut memengaruhi nilai perusahaan tidak termasuk dalam analisis. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk memperkaya hasil analisis. Temuan ini diharapkan menjadi acuan bagi manajer perusahaan dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui optimalisasi struktur modal dan pengelolaan skala operasi.

Daftar Pustaka

- Arianti, B. F., & Yatinigrum, R. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1-10.
- Hamzah, E. I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 5Nafiah, Z., & Fauziyanti, W. (2022). Faktor Determinan Nilai Perusahaan Manufaktur yang

- Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 14(2), 109-119.
- Hsiao, C. (2022). *Analysis of panel data* (No. 64). Cambridge university press
- Kumar, S., Sureka, R., Lim, W. M., Kumar Mangla, S., & Goyal, N. (2021). What do we know about business strategy and environmental research? Insights from Business Strategy and the Environment. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 3454-3469.
- Maryanti, L., Hardika, A. L., & Saleh, S. A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal (Studi Empiris pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021). *Jurnal Ekuilnomi*, 5(2), 374-387.
- Nadhiyah, P., & Fitria, A. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(4).
- Puspitaningrum, A., & Hanah, S. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Consumer Non-Cyclicals Subsektor Makanan & Minuman di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022). *JURNAL ECONOMINA*, 3(2), 180-196.
- Ramadhany, N. D., & Suwaidi, R. A. (2021). Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(Special Issue 1), 264-276.
- Saridawati, S., Fitriyaningsih, D., Migeli, F., Malau, I. Y. B., & Jantenes, L. (2024). Peranan Etika Bisnis dalam Mendukung Kemajuan Perusahaan (Studi Kasus: PT. INDOMARCO PRISTAMA cab. Kelapa Gading). *Jurnal Inovasi Global*, 2(5), 591-599.
- Sasmiharti, J., & Karyati, E. (2024). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2020-2021 (Literature Review). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(6), 3354-3360.
- Satya, V. E., Hermawan, I., Budiyaniti, E., & Sari, R. (2018). *Pengembangan industri tekstil nasional: kebijakan inovasi & pengelolaan menuju peningkatan daya saing*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Setiawan, S. (2023). *Pengolahan Data dan Analisa Statistik dengan Eviews*. Penerbit NEM.
- Sono, M. G., Assayuti, A. A., & Rukmana, A. Y. (2023). Hubungan Antara Perencanaan Strategis, Ekspansi Pasar, Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Fashion di Jawa Barat. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 142-152.