



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 14811-14818

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Peran Profitabilitas Mengintervening Keputusan Investasi, Pertumbuhan Penjualan, Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan *Food and Beverages*

Gracyela Simanjuntak¹, Robinhot Gultom², Rintan Saragih³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Methodist Indonesia

¹gracvelasimanjuntak97@gmail.com, ²robinhot22@yahoo.com, ³saragihrintan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai peran profitabilitas sebagai variabel intervening dalam hubungan antara keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sektor *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Sampel penelitian terdiri dari 54 perusahaan yang dipilih menggunakan metode purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS versi 8.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, struktur modal, dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, keputusan investasi berpengaruh positif terhadap profitabilitas, yang menunjukkan bahwa peningkatan alokasi investasi mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Sebaliknya, pertumbuhan penjualan dan struktur modal berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, yang mengindikasikan adanya potensi inefisiensi atau peningkatan beban keuangan. Lebih lanjut, profitabilitas terbukti mampu memediasi hubungan antara keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. emuan ini memberikan implikasi bahwa perusahaan perlu mengelola keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal secara optimal untuk meningkatkan profitabilitas dan pada akhirnya memaksimalkan nilai perusahaan.

Kata kunci: Keputusan Investasi, Pertumbuhan Penjualan, Struktur Modal, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

1. Latar Belakang

Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin kompleks, perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan kinerja guna mencapai tujuan utama, yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Menurut Jaya (2020), nilai perusahaan merupakan gambaran tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan operasional dalam jangka waktu tertentu, sedangkan Silvia (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan berkaitan erat dengan persepsi investor yang tercermin melalui harga saham.

Sektor manufaktur khususnya sub-sektor *food and beverages* memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok masyarakat serta relatif stabil terhadap guncangan ekonomi (Putri & Puspitasari, 2022). Namun demikian, fenomena empiris menunjukkan bahwa nilai perusahaan pada sektor ini mengalami penurunan selama periode 2022–2024 yang diindikasikan oleh penurunan *Price to Book Value* (PBV). Hal ini mencerminkan adanya penurunan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan.

Penurunan nilai perusahaan tersebut diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor fundamental, yaitu keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal. Keputusan investasi merupakan penentuan alokasi dana pada aset produktif yang diharapkan memberikan keuntungan di masa depan (Kelana & Amanah, 2020). Keputusan investasi yang tepat dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan, sebagaimana dijelaskan dalam teori sinyal oleh Spence (1973), yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan akan memengaruhi persepsi investor.

Selain itu, pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja operasionalnya. Menurut Kasmir (2016), pertumbuhan penjualan menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan, yang berpotensi meningkatkan laba dan nilai perusahaan. Namun, fenomena dalam data menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan mengalami penurunan, sehingga mengindikasikan adanya perlambatan kinerja perusahaan.

Struktur modal juga menjadi faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Struktur modal merupakan kombinasi antara utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan (Weygandt et al., 2019). Berdasarkan teori *trade-off*, penggunaan utang dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui manfaat pajak, namun jika berlebihan akan meningkatkan risiko kebangkrutan dan justru menurunkan nilai perusahaan.

Di sisi lain, profitabilitas menjadi indikator utama dalam mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Menurut Ratnasari (2020), profitabilitas mencerminkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari sumber daya yang dimiliki. Profitabilitas juga berpotensi menjadi variabel intervening yang menjembatani pengaruh keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (Sanica et al., 2023). Namun, data empiris menunjukkan bahwa profitabilitas mengalami fluktuasi, sehingga mengindikasikan adanya hubungan yang tidak langsung antar variabel.

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran variabel-variabel penelitian secara objektif serta analisis data dalam bentuk numerik (berupa angka) untuk memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Perusahaan *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 yang berjumlah 102 perusahaan. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan memberi kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian, sehingga diperoleh 54 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan total observasi sebanyak 162 data (54 perusahaan x 3 tahun).

2.3 Defenisi Operasional

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Adapun indikator yang digunakan yaitu Price to Book Value merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Nilai PBV yang semakin tinggi menunjukkan bahwa pasar percaya terhadap prospek perusahaan tersebut, (Riyanto B, 2026).

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Price earning ratio (PER) merupakan rasio harga per saham terhadap laba per saham untuk menunjukkan jumlah yang rela dibayar investor untuk setiap laba yang dilaporkan, (Brigham dan Houston 2011:150).

$$\text{Price Earning Ratio} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

Sales Growth merupakan indikator yang digunakan untuk menunjukkan persentase pertumbuhan penjualan bersih dari tahun ke tahun, (Kasmir, 2019).

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales Tahun Sekarang} - \text{Sales Tahun Sebelumnya}}{\text{Sales Tahun Sebelumnya}}$$

DER adalah rasio struktur modal yang menunjukkan proporsi relative anatar utang dan modal sendiri yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan, (Kasmir, 2019).

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Return On Total Asset merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal ini laba yang dihasilkan adalah laba sebelum bunga dan pajak atau EBIT, (Rijal Saputra, 2022:1394).

$$\text{Return on Total Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penelitian

Analisi data menggunakan SEM-PLS dengan software Warp-PLS versi 8.0 menunjukkan hasil sebagai berikut:

Evaluasi Model (*Goodness of Fit*)

Tabel 1 Hasil Uji *Goodness of Fit*

Kriteria	Parameter	Rule of Thumb	Simpulan
<i>Average Path Coefficient</i> (APC)	P<0.001	Acceptable P<0.05	Diterima
<i>Average R-squared</i> (ARS)	P<0.001	Acceptable P<0.05	Diterima
<i>Average Adjusted Rsquared</i> (AARS)	P<0.001	Acceptable P<0.05	Diterima
<i>Average Block VIF</i> (AVIF)	1.014	Acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	Diterima dan Ideal
<i>Average Full Collinearity VIF</i> (AFVIF)	1.251	Acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	Diterima dan Ideal
<i>Tenenhaus GoF</i> (GoF)	0.570	Small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 large ≥ 0.36	Diterima dan Large
<i>Sympson's Paradox Ratio</i> (SPR)	1	Acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1	Diterima dan Ideal
<i>R-Squared Contribution Ratio</i> (RSCR)	1	Acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1	Diterima dan Ideal
<i>Statistical Suppression Ratio</i> (SSR)	1	Acceptable if ≥ 0.7 ,	Diterima

Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji *Goodness of Fit* yang ditunjukkan pada Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik. Hal ini terlihat dari nilai p-value APC, ARS, dan AARS yang lebih kecil dari 0.05 yaitu <0.001, yang menunjukkan bahwa model dapat di terima. Nilai AVIF dan AFVIF yang dihasilkan sebesar 1.014 dan 1.251 memenuhi kriteria yang ditetapkan (≤ 3.3), sehingga tidak terdapat masalah multikolinieritas anatar variabel eksogen. Nilai GoF sebesar 0.570 termasuk kategori “Large” (≤ 3.3) yang menunjukkan kekuatan prediksi model yang sangat kuat. Seluruh indikator lainnya seperti SPR, RSCR, dan SSR juga memenuhi kriteria yang ditetapkan, sehingga model penelitian dapat dipertimbangkan untuk diterima dan digunakan dalam analisi selanjutnya

Kedadaan ini menunjukkan bahwa model bebas dari masalah *statistical suppression effect*. Masalah ini dapat terjadi apabila koefisien yang mempunyai nilai lebih besar dibandingkan dengan hubungan korelasi dengan jalur yang menghubungkan kedua variabel tersebut (Latan dan Ghozali, 2017)

Koefisien Determinasi dan Predictive Relevance

Tabel 2 Hasil Uji Collinearity VIF, Adjusted R-Squared, dan Q-Squared

	PER	SG	DER	PBV	ROA
<i>Full collin. VIF</i>	1.066	1.018	1.252	1.455	1.463
<i>Adj. R-squared</i>				0.401	0.219
<i>Q-squared</i>				0.407	0.242

Sumber: Hasil pengolahan data dengan Warp-PLS 8.0 (2026)

Berdasarkan Tabel 2 yang ditampilkan, terlihat bahwa nilai *full collinearity* VIF untuk setiap variabel konstruk berada di bawah 3.3. Ini menunjukkan bahwa model tersebut tidak memiliki masalah kolinearitas vertikal, lateral, maupun bias umum. Di samping itu, nilai *Adjusted R-squared* untuk variasi yang mempengaruhi PBV tercatat sebesar 0.401, yang berarti bahwa pengaruh PER, SG, DER, dan ROA terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan PBV sebesar 40.1%. Nilai *Q-squared* untuk PBV (0.407) mengindikasikan model memiliki relevansi prediktif yang kuat, sedangkan *Q-squared* untuk ROA (0.242) menunjukkan relevansi prediktif yang moderat.

Kolinieritas lateral juga dapat digunakan untuk menguji common method bias. Adapun untuk pengujian *full collinearity* VIF harus memenuhi kriteria, dimana nilai *full collinearity* VIF-nya harus lebih rendah dari 3.3 (Kock, 2013:257). Pengujian *adjusted R-squared* dilaksanakan untuk menjelaskan pengaruh dari variabel eksogen tertentu terhadap variabel endogen, apakah mempunyai pengaruh yang substansive (Latan dan Ghozali, 2017:87). Sementara untuk uji *Q-squared* digunakan untuk mengetahui apakah suatu model penelitian itu memiliki predictive relevance (Latan dan Ghozali, 2017:87).

Effect Size dan Multikolinieritas

Tabel 3 Hasil Uji Effect Size dan VIF

Keterangan	Effect Size	VIF
PER → PBV	0.039	1.017
SG → PBV	0.026	1.009
DER → PBV	0.069	1.001
ROA → PBV	0.281	1.019
PER → ROA	0.138	1.020
SG → ROA	0.049	1.006
DER → ROA	0.047	1.026

Sumber: Hasil pengolahan data dengan Warp-PLS 8.0 (2026)

Hasil analisis *effect size* dari Tabel 3 menunjukkan bahwa PER terhadap PBV yakni 0.39, ini menunjukkan bahwa PER memiliki ukuran efek yang tergolong kecil. SG terhadap PBV yang tercatat sebesar 0,026 menunjukkan bahwa SG juga termasuk dalam kategori kecil. DER terhadap PBV yang mencapai 0,069 menunjukkan bahwa DER juga digolongkan dalam kategori kecil. ROA terhadap PBV yaitu 0.281 (≥ 0.15) yang digolongkan dalam kategori sedang. PER terhadap ROA yaitu 0.138 (≥ 0.02) yang digolongkan dalam kategori kecil. SG terhadap ROA yaitu 0.049 digolongkan dalam kategori kecil. DER terhadap ROA yaitu 0.047 menunjukkan bahwa DER digolongkan dalam kategori kecil. Semua nilai VIF berada dibawah 3.3 yang mengkonfirmasi tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model penelitian.

Output effect size adalah nilai absolut kontribusi individual pada setiap variabel prediktor pada nilai R-squared variabel *criterion*, *effect size* menampilkan pengaruh variabel prediktor dalam pandangan praktis (Sholihin dan Ratmono, 2013:147). Selanjutnya uji VIF (*Variance Infaltion Factors*) menampilkan hasil pengujian kolinieritas vertical yaitu anantara variabel prediktor, nilai VIF ditampilkan untuk masing-masing variabel kriterion menunjukkan tingkat kolinieritas atau redundancy anantar variabel prediktor (Sholihin dan Ratmono, 2013:87).

Pengujian Hipotesis

Tabel 4 Hasil Signifikansi Pengaruh Antar Variabel

Description Path	Koefisen Path	P-Value
PER → PBV	0.164	0.016
SG → PBV	0.139	0.035

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7496>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

DER → PBV	0.257	P<0.001
ROA → PBV	0.513	P<0.001
PER → ROA	0.356	P<0.001
SG → ROA	-0.210	0.003
DER → ROA	-0.186	0.007

Sumber: Hasil pengolahan data dengan Warp-PLS 8.0 (2026)

Berdasarkan uji signifikansi antar variabel dimana, PER berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV, dengan nilai *p-value* 0.016 (<0.05), SG berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV, dengan nilai *p-value* 0.035 (<0.05), DER berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV, dengan nilai *p-value* =P<0.001 (<0.05), ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap PBV dengan nilai *p-value* =P<0.001 (<0.05), selanjutnya PER berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, dengan nilai *p-value* =P<0.001 (<0.05), SG berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA, dengan nilai *p-value* 0.003 (<0.05), dan DER berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA, dengan nilai *p-value* 0.007 (<0.05).

Analisis Mediasi

Tabel 5 Hasil Pengujian Mediasi

Tahap Pengujian	Description Path	Path Coefficient	P-Value	Signifikan/tidak signifikan
Direct Effect	PER → PBV	0.222	0.002	Signifikan
	SG → PBV	0.173	0.012	Signifikan
	DER → PBV	0.267	P<0.001	Signifikan
Indirect Effect	PER→ROA→PBV	0.164	0.016	Signifikan
	SG →ROA→PBV	0.139	0.035	Signifikan
	DER→ROA→PBV	0.257	p<0.001	Signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data dengan Warp-PLS 8.0 (2026)

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa pengaruh langsung PER terhadap PBV adalah signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0.222 dan *p-value* 0.002, serta pengaruh tidak langsung PER terhadap PBV melalui ROA signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0.164 dengan *p-value* 0.016. Pengaruh langsung SG terhadap PBV adalah signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0.173 dan *p-value* 0.012, serta pengaruh tidak langsung SG terhadap PBV melalui ROA signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0.139 dengan *p-value* 0.035. Pengaruh langsung DER terhadap PBV adalah signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0.267 dan *p-value* <0.001, serta pengaruh tidak langsung DER terhadap PBV melalui ROA signifikan dengan koefisien jalur sebesar 0.257 dengan *p-value* <0.001.

3.2 Pembahasan

3.2.1 Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keputusan investasi yang diprosikan dengan PER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV. Hal ini terbukti dari koefisien jalurnya yang menunjukkan positif pada *p-value* 0.016, sehingga hipotesis diterima. Hal tersebut sejalan dengan teori sinyal yang menjelaskan bahwa kinerja keuangan yang baik di masa lalu dapat memberikan prospek yang cerah di masa depan. Kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, dapat memberikan sinyal positif kepada pasar dan akan ditindaklanjuti oleh investor dengan berinvestasi pada perusahaan.

3.2.2 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang diprosikan dengan SG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV. Hal ini terbukti dari koefisien jalurnya yang menunjukkan positif pada *p-value* 0.035, sehingga hipotesis diterima. Hal tersebut juga sejalan dengan teori sinyal yang menjelaskan peningkatan penjualan dianggap sebagai sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.

3.2.3 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa struktur modal yang diprosikan dengan DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV. Hal ini terbukti dari koefisien

jalurnya yang menunjukkan positif pada $p\text{-value} < 0.001$, sehingga hipotesis diterima. Hal ini sejalan dengan *teori trade-off* yang menjelaskan dengan menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat penggunaan hutang. Se jauh manfaat penggunaan hutang lebih besar, tambahan hutang masih diperkenankan. Apabila pengorbanan karena penggunaan hutang sudah lebih besar, maka tambahan hutang tidak diperkenankan.

3.2.4 Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa keputusan investasi yang diprosikan dengan PER berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan ROA. Hal ini terbukti dari koefisien jalurnya yang menunjukkan positif pada $p\text{-value} < 0.001$, sehingga hipotesis diterima.

3.2.5 Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang diprosikan dengan Sales Growth (SG) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan Return on Assets (ROA). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur yang bernilai negatif serta tingkat signifikansi yang ditunjukkan oleh $p\text{-value}$ sebesar 0,003 ($p < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap profitabilitas tidak dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pertumbuhan penjualan tidak selalu diikuti dengan peningkatan profitabilitas perusahaan. Kondisi tersebut dapat terjadi karena adanya peningkatan biaya operasional, seperti biaya produksi, distribusi, dan pemasaran, yang lebih besar dibandingkan dengan peningkatan pendapatan yang diperoleh. Selain itu, strategi peningkatan penjualan melalui pemberian diskon atau penjualan kredit juga berpotensi menekan margin laba, sehingga berdampak pada penurunan profitabilitas.

3.2.6 Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa struktur modal yang diprosikan dengan Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas yang diprosikan dengan Return on Assets (ROA). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur yang bernilai negatif serta tingkat signifikansi yang ditunjukkan oleh $p\text{-value}$ sebesar 0,007 ($p < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap profitabilitas tidak dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan, maka cenderung akan menurunkan tingkat profitabilitas perusahaan. Kondisi ini dapat disebabkan oleh meningkatnya beban bunga dan kewajiban pembayaran utang yang harus ditanggung perusahaan, sehingga mengurangi laba bersih yang dihasilkan. Selain itu, tingginya rasio utang juga dapat meningkatkan risiko keuangan (*financial risk*), yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya efisiensi operasional perusahaan.

3.2.7 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV. Hal ini terbukti dari koefisien jalurnya yang menunjukkan positif pada $p\text{-value} < 0.001$, sehingga hipotesis diterima. Hal tersebut sejalan dengan teori signalling yang menjelaskan bahwa laba yang tinggi merupakan sinyal positif yang disampaikan manajemen kepada investor mengenai kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Sinyal positif ini akan meningkatkan kepercayaan investor, mendorong permintaan saham, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam *Price to Book Value* (PBV).

3.2.8 Profitabilitas Mengintervening Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas mampu mengintervening pengaruh keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Hal ini terbukti dari koefisien jalurnya yang menunjukkan positif pada $p\text{-value} 0.016$, sehingga hipotesis diterima. Hal ini sejalan dengan teori sinyal dimana perusahaan yang mampu mengoptimalkan keputusannya untuk menghasilkan laba tinggi akan lebih mudah menarik perhatian investor, meningkatkan kepercayaan pasar, dan menciptakan peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

3.2.9 Profitabilitas Mengintervening Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas mampu mengintervening pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terbukti dari koefisien jalurnya yang menunjukkan positif pada p -value 0.035, sehingga hipotesis diterima. Hal ini sejalan dimana pertumbuhan penjualan mencerminkan sinyal positif mengenai kinerja dan prospek perusahaan sebagaimana dijelaskan dalam teori sinyal, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dan memperkuat posisi pasar. Peningkatan penjualan tersebut mendorong peningkatan laba, sehingga memperbaiki tingkat profitabilitas perusahaan. Selanjutnya, profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif bagi investor mengenai efektivitas pengelolaan sumber daya dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

3.2.10 Profitabilitas Mengintervening Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas mampu mengintervening pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Hal ini terbukti dari koefisien jalurnya yang menunjukkan positif pada p -value <0.001, sehingga hipotesis diterima. Hal ini sejalan dengan teori *trade-off*, struktur modal yang optimal dicapai ketika manfaat penggunaan utang, seperti penghematan pajak, lebih besar daripada biaya kebangkrutan dan biaya keagenan yang ditimbulkan. Kondisi ini mendorong peningkatan profitabilitas perusahaan. Selanjutnya, profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif bagi investor mengenai efisiensi operasional dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi, sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi (PER), pertumbuhan penjualan (SG), struktur modal (DER), dan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja keuangan dan kebijakan perusahaan mampu meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Selain itu, keputusan investasi (PER) berpengaruh positif terhadap profitabilitas (ROA), sedangkan pertumbuhan penjualan (SG) dan struktur modal (DER) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas (ROA). Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas pengelolaan investasi berperan penting dalam meningkatkan laba, sementara pertumbuhan penjualan yang tidak efisien serta tingginya penggunaan utang dapat menekan profitabilitas perusahaan.

Hasil pengujian mediasi mengungkapkan bahwa profitabilitas (ROA) mampu memediasi hubungan antara keputusan investasi, pertumbuhan penjualan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (PBV). Dengan demikian, profitabilitas menjadi variabel kunci dalam memperkuat pengaruh faktor-faktor internal perusahaan terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Referensi

1. Brigham, Eugene F. dan J.F. Houston. (2019). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*
2. Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16(1), 38-44.
3. Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: Rajawali Pers.
4. Kasmir. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Kencana
5. Kasmir (2016). *Analisis Laporan keuangan*. Cetakan 9. Raja Grafindo Persada J 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Cetakan Ketujuh. Jakarta :PT Raja Grafindo Persada
6. Kelana, S. K. P.- & Amanah, L. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(1)
7. Kock, N. (2013). *WarpPLS 4.0 User Manual*. Laredo, TX: ScriptWarp Systems
8. Latan, H., dan Ghozali, I. (2017). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0 (third)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
9. Putri, T. C., & Puspitasari, R. (2022). *Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020*.
10. Ratnasari, D. (2020). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Yogyakarta: Deepublish
11. Rijal Saputra. (2022). Analisis rasio profitabilitas dalam menilai kinerja perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 14(3), 1392–1398.
12. Riyanto, B. (2016). *Dasar-dasar pembelanjaan perusahaan (Edisi 4)*. BPFE. Yogyakarta.
13. Sanica, I Gede dkk. 2023. "Capital Structure and Company Growth to Profitability and Value of Manufacturing Companies." *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*19(4): 857–69

14. Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
15. Silvia (2019:15) *Judul buku Nilai Perusahaan melalui kualitas (laba)*.
16. Spence, Michael. 1973. Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 87, No. 3. (Aug., 1973), pp. 355-374.
17. Weygandt, dkk. (2019). *Edition Financial Accounting IFRS Edition*. United States. Wiley