

# PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN *PERSONAL CARE PRODUCT* YANG TERDAFTAR DI BEI

Sri Widya Tiningsih  
sriwidyat@gmail.com  
Bambang Hadi Santoso

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

## ABSTRACT

*This research aimed to examine and analyze the effect of firm size, profitability, and sales growth on capital structure. The firm size was measured by firm size, profitability was measured by Return On Equity, and sales growth was measured by sales growth. The research was quantitative. Furthermore, the population was Personal Care Products companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The data collection technique used purposive sampling ie., a sample selection with determined criteria. In line with that, there were 7 companies as the sample. Moreover, the data were collected for 4 years (2019-2022). The data analysis technique used multiple linear regression analysis with SPSS program 25 version. The result showed that firm size had a positive but insignificant effect on the capital structure of Personal Care Products companies. On the other hand, profitability had a positive and significant effect on the capital structure of Personal Care Products companies. In contrast, sales growth had a positive but insignificant effect on the capital structure of Personal Care Products companies.*

**Keywords:** Firm Size, Profitability, Sales Growth, Capital Structure

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal. Ukuran perusahaan diukur dengan *firm size*, profitabilitas diukur dengan *return on equity*, dan pertumbuhan penjualan diukur dengan *sales growth*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Proses pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan metode *purposive sampling* didapatkan sampel 7 perusahaan *Personal Care Product*. Data penelitian diambil selama 4 (empat) tahun, yaitu 2019-2022. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, profitabilitas positif dan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, sedangkan pertumbuhan penjualan positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

**Kata kunci:** ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan, struktur modal.

## PENDAHULUAN

Perusahaan adalah tempat terjadinya semua komponen produksi barang dan jasa berkumpul. Perusahaan melakukan kegiatan ekonomi secara berkesinambungan dengan tujuan utama untuk mendapatkan profit, selain bertujuan untuk mendapatkan profit perusahaan juga berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran bagi pihak yang terkait di dalam perusahaan. Aktivitas operasi perusahaan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari fungsi keuangan. Salah satu hal yang harus dipertimbangkan saat mengelola

fungsi keuangan adalah kemampuan perusahaan untuk menangani masalah aset yang akan digunakan untuk aktivitas operasinya. Dimana keputusan pembiayaan dapat dilihat dari struktur modal perusahaan. Perusahaan harus merancang strategi agar mampu mempertahankan keberadaan bisnis maka terdapat salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan adalah terus mendorong bisnisnya agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat.

Produk yang saat ini mempunyai persaingan sangat tinggi di Indonesia adalah industri kosmetik, perkembangan perusahaan kosmetik di Indonesia menjadi salah satu potensi pasar domestik yang cukup besar dalam generasi *millennial* terutama bagi wanita, kosmetik selalu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari untuk kaum remaja dan dewasa untuk memperoleh dan mempertahankan kecantikannya dari waktu ke waktu. Kebutuhan akan kosmetik yang semakin meningkat peminatnya bagi masyarakat yang terutama di kalangan remaja dan dewasa, merupakan sebuah segmen yang sangat menguntungkan dan menarik perhatian bagi setiap produsen kosmetik. Untuk mengetahui kecenderungan pembeli, perusahaan harus membuat rencana untuk tetap ada dan bertahan dalam persaingan. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah dengan terus mengembangkan bisnisnya untuk memahami keinginan dan kebutuhan pembeli atau masyarakat, baik dengan perusahaan *go public* maupun *non go public*.

Industri kosmetik Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang begitu sangat pesat sehingga keadaan ini menimbulkan persaingan bisnis yang kompetitif dan ketat. Bisnis harus selalu menyesuaikan diri dengan perkembangan yang semakin pesat, tetapi itu juga memberi mereka kesempatan untuk beradaptasi, terutama dalam hal kebijakan, agar mereka dapat menangani tantangan, memanfaatkan peluang, dan bersaing di dunia perindustrian. Perusahaan harus memiliki produk yang kompetitif, sumber daya manusia, dan teknologi yang digunakan untuk berkompetisi. Namun, perusahaan perlu menjadi lebih besar dan terus berusaha meningkatkan keuntungan.

Penelitian ini didasari oleh adanya fenomena dalam dunia bisnis *Personal Care Product*, mengalami penurunan penjualan akibat awal pandemi Covid-19 bahkan banyak sekali perusahaan yang harus melakukan berbagai upaya untuk terus bertahan menjalankan usaha di tengah pandemi Covid-19. Dalam kondisi domestik Indeks Harga Konsumen (IHK) menunjukkan inflasi yang rendah, bahkan sepanjang Juli-September 2020 mengalami deflasi. Yang berarti bahwa pasokan produk memadai di pasar namun permintaan yang melemah. Sehingga perusahaan *Personal Care Product* harus bersaing dengan harga untuk dapat menarik perhatian konsumen, selain itu banyak *public figure* yang bersaing untuk bekerja sama di bidang kecantikan dan membuat produk perawatan kulit (*skincare*) dan produk perawatan kecantikan dengan *brand* atau menggunakan nama mereka sendiri.

Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian (KemenPri) dalam dunia bisnis *Personal Care Product* pada masa pandemi Covid-19 tepatnya pada 24 November 2020, penjualan mengalami kenaikan secara drastis hingga mencapai 80%, dikarenakan *work from home* atau *social distancing* menyebabkan semua orang menjadi lebih banyak waktu untuk dirumah sehingga lebih banyak waktu untuk terus merawat kulit, badan, dan rambut akibatnya belanja permintaan untuk perawatan dirumah semakin meningkat.

Sedangkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menyampaikan perkembangan sektor kosmetik atau *Personal Care Product* mengalami pertumbuhan penjualan yang sangat signifikan pada triwulan I tahun 2020, kinerja industri kimia, farmasi dan obat tradisional (termasuk sektor kosmetik) mengalami pertumbuhan penjualan yang gemilang sebesar 5,59%. Bahkan, di tengah tekanan dampak pandemic Covid-19 kelompok manufaktur ini mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap devisa melalui capaian nilai eksportnya yang menembus US\$ 317 juta atau sekitar Rp 4,44 triliun pada semester 1-2020 atau naik 15,2% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya.

Pemilihan sektor industri manufaktur sub sektor *Personal Care Product* dengan alasan bahwa saham-saham ini merupakan saham yang umumnya tahan terhadap krisis ekonomi dibandingkan dengan berbagai sektor lainnya, mengingat fakta bahwa dalam kondisi darurat atau masuk pada masa Covid-19 yang dimana semua orang harus tetap dirumah atau *work from home* tetapi sebagian dari produknya masih dibutuhkan oleh orang-orang pada umumnya, khususnya para wanita. Meskipun sebagian produknya bukan termasuk kebutuhan dasar tetapi umumnya setiap konsumen memiliki stok produk yang dihasilkan oleh perusahaan *Personal Care Product* sesuai dengan selera dan kecenderungan bagi wanita. Sehingga memungkinkan dalam kehidupan sehari-hari bahwa individu mengkonsumsi produk-produk yang dibuat oleh perusahaan dalam sektor industri manufaktur sub sektor *Personal Care Product*.

Dari sisi lain, itu semua tergantung pada perkiraan bahwa perusahaan manufaktur sub sektor industri *Personal Care Product* adalah perusahaan yang diperlukan untuk kebutuhan hidup sehari-hari sehingga sangat kecil kemungkinan akan mengalami kerugian. Namun, sebenarnya dalam perusahaan manufaktur sub sektor industri *Personal Care Product* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu pada tahun 2019-2022 mengalami perubahan yang cukup besar dari satu tahun ke tahun selanjutnya. Sebagian besar perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) struktur modalnya menggunakan lebih banyak modal saja dari pada kewajiban jangka panjang. Semakin kecil kewajiban akan menyebabkan lebih banyak resiko yang harus dihadapi oleh perusahaan tersebut, termasuk masalah keuangan, ketidakmampuan untuk membayar bunga dan pokok kewajiban sampai kebangkrutan.

**Tabel 1**  
Perkembangan *Debt to Equity Ratio* (DER)  
Perusahaan *Personal Care Product* 2019-2020

No.	Perusahaan	2019	2020	2021	2022	Rata-rata
1.	EURO	-	-	0,39	0,16	0,28
2.	FLMC	-	2,48	1,06	1,38	1,64
3.	KINO	0,74	1,04	0,10	2,05	0,98
4.	KPAS	0,75	0,73	-	-	0,74
5.	MBTO	1,51	0,67	0,62	0,78	0,90
6.	MRAT	0,45	0,63	0,68	0,69	0,61
7.	NANO	-	-	0,09	0,08	0,09
8.	TCID	0,62	0,73	0,58	0,28	0,55
9.	UCID	0,92	0,70	0,57	0,62	0,70
10.	UNVR	2,91	3,16	3,41	3,58	3,27
11.	VICI	0,87	0,52	0,33	0,44	0,54
	<b>Rata-rata</b>	1,09	1,18	0,78	1,01	

Sumber: Data sekunder, diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 1, memberikan informasi bahwa perusahaan *Personal Care Product* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2022 mengalami fluktuasi. Selama periode 2019-2022 rata-rata nilai DER tertinggi terjadi pada tahun 2020 sebesar 1,18 dan nilai DER terendah terjadi pada tahun 2021 sebesar 0,78. Sedangkan perusahaan *Personal Care Product* dengan rata-rata nilai DER tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 3,27 dan rata-rata nilai DER terendah adalah PT Nanotech Indonesia Global Tbk (NANO) sebesar 0,09. Berarti semakin besar angka rasio maka semakin besar perusahaan dibiayai oleh kewajiban dan semakin kecil dibiayai oleh ekuitas.

Struktur modal adalah proporsi pendanaan dengan hutang perusahaan, yaitu rasio *leverage* (pengungkit) perusahaan. Oleh karena itu, hutang merupakan pengurangan dari struktur modal perusahaan. Struktur modal sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas perusahaan. Teori struktur modal menjelaskan bahwa kebijakan pendanaan perusahaan dalam menentukan struktur modal (bauran antara hutang dan ekuitas) bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (*value of the firm*). Struktur modal yang optimal suatu perusahaan adalah kombinasi dari hutang dan ekuitas (sumber eksternal) yang

memaksimalkan harga saham perusahaan. Pada saat tertentu, manajemen perusahaan merupakan struktur modal yang ditargetkan, yang mungkin merupakan struktur yang optimal, meskipun target tersebut dapat berubah dari waktu ke waktu. Struktur modal dapat juga di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu penjualan, struktur aktiva, operating leverage, pertumbuhan (*growth*), profitabilitas, pengendalian, sikap manajemen, kondisi pasar, fleksibilitas keuangan (Brigham dan Houston, 2011).

Ukuran perusahaan (*Firm Size*) merupakan suatu indikator yang menunjukkan kekuatan finansial suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga dilihat dari besar atau kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan dari besarnya total penjualan, total aktiva, rata-rata penjualan dan rata-rata total aktiva (Riyanto, 2016:305). Perusahaan yang besar akan lebih banyak membutuhkan dana yang besar pula, pemenuhan kebutuhan dana tersebut salah satu alternatif yang biasa digunakan dengan menggunakan utang, oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan dapat dikatakan mempengaruhi struktur modal. Cindy (2020) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Cosmetics and Household* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Nurhayadi (2021) Ukuran Perusahaan (*SIZE*) berpengaruh positif signifikan terhadap Struktur Modal.

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencapai sebuah keuntungan, profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2019). Profitabilitas merupakan faktor yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan struktur modal suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi cenderung menggunakan utang yang cukup relative kecil karena laba ditahan yang tinggi sudah memadai untuk dapat membiayai Sebagian besar kebutuhan pendanaan. Putri (2022) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal. Sedangkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Ramadhani & Fitrah (2019) profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal.

Pertumbuhan penjualan bagi suatu perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang cukup tinggi kecenderungan perusahaan menggunakan utang sebagai sumber dana eksternal yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualannya rendah. Perusahaan dalam melakukan sebuah usaha untuk tetap menjaga kestabilan penjualan dan meningkatkan laju pertumbuhan penjualan yang cukup tinggi harus menyediakan modal yang cukup untuk membiayai operasi perusahaan. Fajrin (2020) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Mas (2020) pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu ternyata masih terjadi perselisihan pendapat atau kontroversi dari penelitian. Jadi penelitian ini dilakukan dengan adanya tujuan untuk melakukan penelitian kembali terhadap variabel-variabel yang berpengaruh terhadap struktur modal dengan mengambil tiga variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan dengan judul "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan *Personal Care Product* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Terdapat rumusan masalah yang terjadi pada penelitian ini, yaitu: (1) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di BEI?; (2) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di BEI?; (3) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di BEI?. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh ukuran perusahaan terhadap struktur modal pada perusahaan

*Personal Care Product* yang terdaftar di BEI; (2) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh profitabilitas terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar BEI; (3) Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di BEI.

## TINJAUAN TEORITIS

### Struktur modal

Struktur modal merupakan masalah yang cukup serius dalam suatu perusahaan, karena baik atau buruknya struktur modal perusahaan akan berpengaruh langsung terhadap keuangan perusahaan tersebut, apabila dengan adanya perusahaan yang telah menggunakan hutang terlalu besar yang akan berdampak terhadap perusahaan tersebut menanggung biaya tetap yang lebih besar pula, maka dari itu harus diimbangi antara penggunaan hutang dan modal sendiri. Struktur modal merupakan pembelanjaan permanen yang dimana menunjukkan rasio antara modal sendiri dan hutang jangka panjang (Riyanto, 2016:22).

### Pertumbuhan Penjualan

Menurut Sudana (2015:185) pertumbuhan penjualan adalah sebuah perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang sangat relatif tinggi dimungkinkan untuk dibelanjai utang yang lebih besar, dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah, karena keuntungan dapat diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan masih dapat menutupi biaya bunga utang.

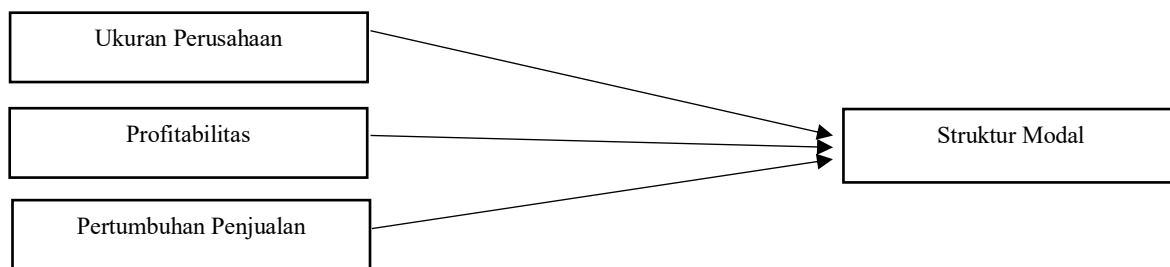
### Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019) Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan atau bisnis untuk meningkatkan laba atau keuntungan perusahaan dari hasil operasinya. Profitabilitas juga sebagai salah satu indikator yang mendukung kelangsungan hidup perusahaan dan juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, dapat disimpulkan bahwa rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan.

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan tingkat risiko bagi investor untuk melakukan investasi padanya, perusahaan dengan kekayaan yang besar dianggap mampu memenuhi kewajibannya dan memberikan pengembalian yang memadai bagi investor. Jumlah aktiva perusahaan atau penjualan bersih dapat digunakan untuk menilai kekuatan keuangan perusahaan dalam penelitian. Menurut Sartono (2008:249), perusahaan yang sudah lama berdiri (berkedudukan kuat) memiliki peluang untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber karena ukuran besar dianggap lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman kreditur.

## Rerangka Konseptual Penelitian



**Gambar 1**  
Rerangka konseptual penelitian

Dapat dijelaskan bahwa adanya pengaruh variabel independen ukuran perusahaan yang dapat diukur dengan menggunakan *Logaritma Natural Total Asset (SIZE)*, profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan *Return On Equity (ROE)*, dan pertumbuhan penjualan dapat diukur menggunakan *Pertumbuhan Penjualan (PP)* terhadap variabel dependen yaitu struktur modal yang dapat diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio (DER)*

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal

Seberapa besar atau kecil suatu perusahaan ditentukan oleh ukurannya, jika lebih besar suatu perusahaan maka lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman dan menggunakan pendanaan jangka panjang dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil (Riyanto, 2016). Dengan kata lain, struktur modal suatu perusahaan akan menggunakan hutang lebih banyak daripada menerbitkan saham. Cindy (2020) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Cosmetics and Household* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan Nurhayadi (2021) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Berdasarkan pernyataan yang telah disebutkan diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Struktur Modal

Menurut sartono (2016:122) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh suatu laba dalam periode tertentu, perusahaan yang mendapatkan laba maksimal maka akan semakin baik dan semakin meningkat kemakmuran suatu perusahaan. Semakin besarnya profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka perusahaan akan memilih menggunakan laba yang diperoleh untuk membiayai kegiatan operasi perusahaan sehingga kan mengurangi penggunaan hutang perusahaan, hal ini menunjukkan perusahaan yang lebih sering menggunakan laba ditahan, suatu perusahaan akan membiayai kegiatan operasionalnya menggunakan sumber dana dari dalam perusahaannya dan itu juga akan mengurangi tingkat resiko yang akan dialami oleh perusahaan tersebut. Putri (2022) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal pada perusahaan *Cosmetics and Household* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sedangkan Ramadhani & Fitra (2019) menyimpulkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Berdasarkan pernyataan yang telah disebutkan diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal**

Menurut Harahap (2016:309) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan merupakan selisih antara jumlah penjualan periode saat ini dengan periode sebelumnya dibandingkan dengan periode sebelumnya. Semakin tinggi tingkat pertumbuhannya maka perusahaan tersebut dapat melakukan strategi pemasarannya dengan baik. Tingkat penjualan yang tinggi berarti volume pada penjualan meningkat, sehingga dapat meningkatkan kapasitas produksi. Untuk melakukan peningkatan kapasitas produksi pastinya memerlukan biaya yang sangat besar. Dalam penjualan yang terus bertumbuh maka manajemen dianggap memiliki prospek yang bagus yang kemudian berpengaruh pada meningkatnya penjualan dan semakin baiknya struktur modal perusahaan. Fajrin (2020) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal. Sedangkan Mas (2020) menyimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Berdasarkan pernyataan yang telah disebutkan diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

### **Metode Penelitian**

#### **Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (*object*) Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono (2017) metode kuantitatif sering disebut dengan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientifik karena telah menggunakan prinsip-prinsip ilmiah seperti empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *Personal Care Product* yang masih terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan melihat laporan keuangan yang telah dipublikasikan melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) pada periode 2019-2022. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 11(sebelas) perusahaan.

#### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu pada penelitian yang telah dilakukan. Adapun kriteria dalam pemilihan sampel, sebagai berikut: (1) perusahaan di bidang sub industri *Personal Care Product* yang masih terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2022; (2) perusahaan di bidang sub industri *Personal Care Product* yang menyediakan laporan keuangan secara lengkap pada periode 2019-2022.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data sekunder. Data sekunder yang digunakan adalah berupa laporan keuangan perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2022 yang diperoleh secara tidak langsung dari suatu perusahaan yang bersangkutan melainkan melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan Galeri Bursa Efek Indonesia (GIBEI) Surabaya.

### **Variabel dan Definisi Operasional Variabel**

#### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan sebagai variabel independen, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini menggunakan Struktur Modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2022.

## Definisi Operasional Variabel Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan *Personal Care Product*, yang dapat dilihat melalui total aset, dan total aktiva rata-rata. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin mudah pula untuk mendapatkan akses ke pasar modal. Penelitian yang digunakan dengan menggunakan variabel *firm size* yang bertujuan untuk mengetahui ukuran perusahaan pada perusahaan *Personal Care Product*. Menurut Jogiyanto (2013) ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Firm\ Size = Ln (Total\ Aktiva)$$

## Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022 dalam mendapatkan keuntungan. Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE) yang merupakan rasio laba bersih setelah pajak dibagi dengan total ekuitas. Menurut Kasmir (2019) ROE dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{Laba\ bersih\ setelah\ pajak}{Total\ ekuitas}$$

## Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan digunakan sebagai cerminan terhadap perusahaan *Personal Care Product* sebagai salah satu prediksi untuk melihat pertumbuhan di masa mendatang, dengan melihat selisih penjualan periode saat ini dengan penjualan periode sebelumnya terhadap penjualan periode sebelumnya. Hasil perbandingan tersebut dapat menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2022. Menurut Harahap (2016) pertumbuhan penjualan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Sales\ Growth = \frac{Total\ Penjualan\ t - Total\ Penjualan\ (t-1)}{Total\ Penjualan\ (t-1)}$$

## Struktur Modal

Struktur modal merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022. Untuk mengukur struktur modal dalam penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Menurut Kasmir (2015:158) DER dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{Total\ hutang}{Total\ ekuitas} \times 100\%$$

## Teknik Analisis Data Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan pengolahan data yang bertujuan untuk memenuhi data kuantitatif yang sudah diolah dengan menggunakan program SPSS Versi 25,0 sehingga dapat memberi penjelasan mengenai kondisi perusahaan selama periode pengamatan.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk memprediksi hubungan antara variabel independen terdiri dari Ukuran Perusahaan (*Firm Size*), Profitabilitas (ROE), dan Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) terhadap variabel dependen yaitu Struktur Modal (DER) pada perusahaan *Personal*



*Care Product* yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2022. Model regresi linier berganda dapat dituliskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$DER = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 ROE + \beta_3 SG$$

Keterangan:

DER	= Struktur Modal
$\alpha$	= konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= koefisien persamaan regresi
SIZE	= Ukuran Perusahaan
ROE	= Profitabilitas
SG	= Pertumbuhan Penjualan

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi variabel independen dan variabel dependen diantara keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas data tersebut dapat dilihat dari nilai *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) melalui uji secara statistik tersebut terdapat dua kriteria yaitu pertama jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal dan kedua jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka data tersebut berdistribusi tidak normal.

#### Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Jika nilai VIF  $> 10$  atau nilai *Tolerance*  $< 0,10$  maka dikatakan terjadinya multikolinearitas, sedangkan nilai VIF  $\leq 10$  atau nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  maka dikatakan tidak terjadinya multikolinearitas.

#### Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji autokorelasi dilakukan untuk menguji atau mengetahui apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika angka (D-W) diantara -2 dan +2, maka dikatakan tidak ada autokorelasi.

#### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### Uji Kelayakan Model

##### Uji F

Menurut Ghozali (2016) umumnya uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang telah dimasukkan ke dalam suatu model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. jika nilai signifikan uji F  $\leq 0,05$  maka dikatakan bahwa variabel independen (bebas) layak digunakan untuk menjelaskan variabel dependen (terikat).

##### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018:97) uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) biasanya digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan dari semua variabel independen (bebas) dalam menjelaskan atau menerangkan varian dari variabel dependen (terikat) dengan melihat besarnya nilai koefisien determinasi. Berikut adalah kriteria uji koefisien determinasi ( $R^2$ ):

(1) Jika nilai  $R^2$  mendekati angka 0 (nol) maka semakin kecil variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variabel dependen (terikat); (2) Jika nilai  $R^2$  mendekati angka 1 (satu) maka semakin besar variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variabel dependen (terikat).

### Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan  $\geq 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), artinya variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen; (2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), artinya variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan SPSS yang dapat dilihat pada tabel ini, sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-0,998	1,559		-0,640	0,528
Ukuran Perusahaan	0,050	0,055	0,066	0,905	0,374
Profitabilitas	1,968	0,157	0,916	12,500	0,000
Pertumbuhan Penjualan	0,012	0,184	0,004	0,066	0,948

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Regresi linier berganda menghasilkan model penelitian, yakni:

$$DER = -0,998 + 0,050 \text{ SIZE} + 1,968 \text{ ROE} + 0,012 \text{ SG}$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas, adalah sebagai berikut: (1) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) yang terjadi sebesar -0,998 yang berarti dimana variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan konstan tidak mengalami perubahan sama dengan 0, maka struktur modal sebesar -0,998. (2) Nilai koefisien persamaan regresi pada ukuran perusahaan sebesar 0,050 maka menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang bernilai positif berarti searah terhadap struktur modal. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa ukuran perusahaan naik maka struktur modal mengalami kenaikan, begitu juga dengan sebaliknya apabila ukuran perusahaan menurun maka struktur modal juga mengalami penurunan. (3) Nilai koefisien persamaan regresi profitabilitas sebesar 1,968 maka menunjukkan bahwa pada nilai positif yang berarti searah antara profitabilitas terhadap struktur modal. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa profitabilitas naik maka struktur modal akan mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya apabila profitabilitas menurun maka struktur modal mengalami penurunan. (4) Nilai koefisien regresi pertumbuhan penjualan sebesar 0,012 menunjukkan pada nilai positif yang berarti searah antara pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa pertumbuhan penjualan naik maka struktur

modal mengalami kenaikan, begitu juga sebaliknya apabila pertumbuhan penjualan menurun maka struktur modal mengalami penurunan.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Dibawah ini adalah hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* yang telah diolah menggunakan spss:

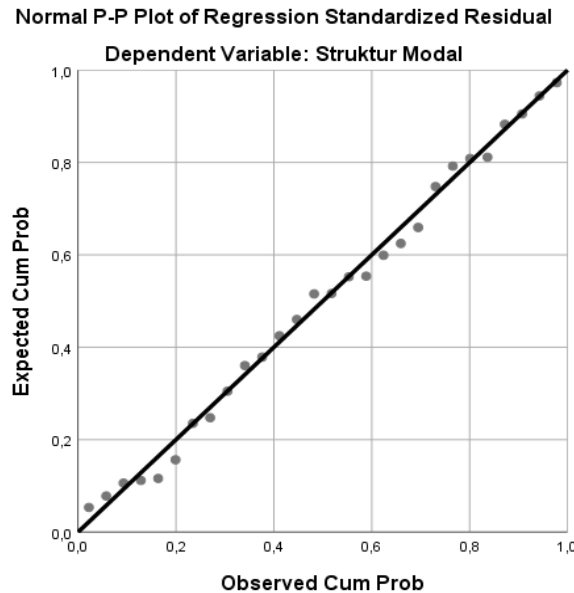
**Tabel 3**  
**Hasil Uji Normalitas Non Parametric Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		28
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,29536528
Most Extreme Differences	Absolute	0,076
	Positive	0,076
	Negative	-0,056
Test Statistic		0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Berdasarkan tabel 3 diatas, hasil uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh sebesar 0.200 yang artinya bahwa data yang digunakan telah berdistribusi normal karena hasil yang diperoleh lebih dari 0,05. Untuk mengetahui normalitas residual melalui garis diagonal yang terdapat titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal tersebut.



Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

**Gambar 2**  
**Grafik Uji Normalitas**

Berdasarkan gambar 2 diatas dapat diketahui bahwa grafik uji normalitas memperlihatkan titik-titik menyebar berada di sekitar garis diagonal yang menunjukkan bahwa model regresi telah berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Berikut adalah hasil dari uji multikolinearitas dengan *tolerance* dan VIF yang diolah menggunakan spss:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Ukuran Perusahaan	0,697	1,436
Profitabilitas	0,699	1,430
Pertumbuhan Penjualan	0,990	1,010

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4 diatas disimpulkan bahwa dari ketiga hasil *tolerance* yang telah diperoleh dari setiap variabel independen memiliki nilai  $> 0,10$ . Untuk hasil dari VIF dari ketiga variabel menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai  $< 10$ . Maka ketiga variabel independen yang ada dalam penelitian tidak terjadi multikolinieritas, sehingga data tersebut dinyatakan layak untuk dijadikan bahan penelitian.

### Uji Autokorelasi

Berikut adalah hasil dari uji autokorelasi dengan menggunakan *Durbin Watson*:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,954 <sup>a</sup>	0,910	0,899	0,31328	2,018

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

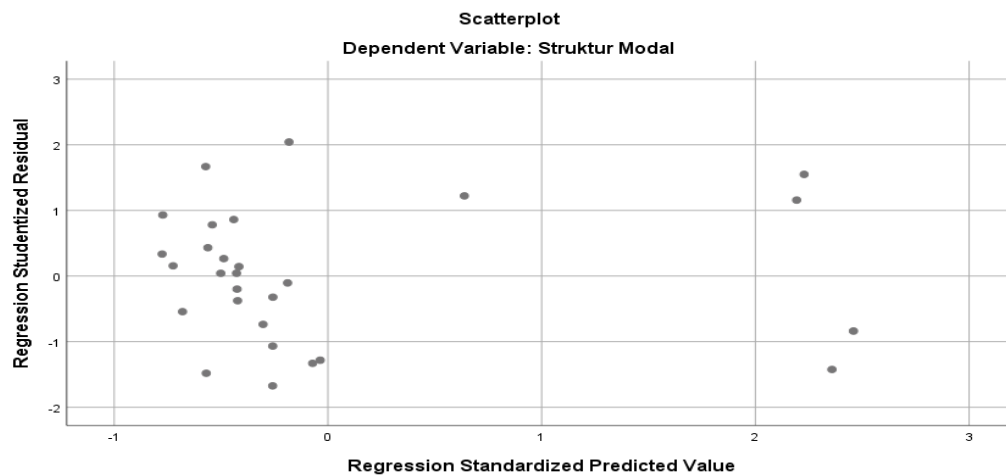
b. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* sebesar 2,018 terletak diantara -2 hingga 2 sehingga sudah bebas dari kasus autokorelasi sama artinya dengan tidak terjadi autokorelasi dengan hasil uji *Durbin Watson*.

### Uji Heteroskedastisitas

Dibawah ini adalah hasil uji heteroskedastisitas, sebagai berikut:



Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Gambar 3  
Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dalam hal ini dapat dikatakan bahwa hasilnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

### Uji Kelayakan Model

#### Uji F

Uji F dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi suatu model secara keseluruhan atau pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen.

Tabel 6  
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	23,779	3	7,926	80,760	,000 <sup>b</sup>
Residual	2,355	24	0,098		
Total	26,134	27			

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Dapat disimpulkan setelah memperhatikan tabel 6 hasil dari perhitungan uji F bahwa tingkat signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dimana hal tersebut diartikan dari nilai signifikansi yang dibawah 0,05 tersebut telah menggambarkan hasil sudah layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hasil uji koefisien determinasi R<sup>2</sup> dengan menggunakan spss adalah sebagai berikut:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,954 <sup>a</sup>	0,910	0,899	0,31328

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Didapatkan hasil R square sebesar 0,910. Dimana hal ini menunjukkan peran dari ukuran perusahaan, profitabilitas dan pertumbuhan penjualan untuk menjelaskan dan mempengaruhi struktur modal adalah sebesar 0,910 atau 91%. Sedangkan sisanya yang 9% dijelaskan oleh variable lain yang tidak termasuk dalam model regresi pada penelitian ini.

### Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil uji hipotesis (uji t) dengan menggunakan spss adalah sebagai berikut:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Hipotesis (Uji t)**

Model	t	Sig.	Keterangan
1 (Constant)	-0,640	0,528	
Ukuran Perusahaan	0,905	0,374	Tidak Signifikan
Profitabilitas	12,500	0,000	Signifikan
Pertumbuhan Penjualan	0,066	0,948	Tidak Signifikan

a. Dependent Variable: Struktur Modal

Sumber: Data Sekunder, diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dan tingkat signifikansi pada tabel 8 diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pengujian variabel ukuran perusahaan terhadap struktur modal dengan t hitung sebesar 0,905 dan tingkat signifikansi yaitu 0,374. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari tingkat alpha ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0,05 sehingga H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak, yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal. (2) Pengujian variabel profitabilitas terhadap struktur modal dengan t hitung sebesar 12,500 dan tingkat signifikansi yaitu 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat alpha ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0,05 sehingga H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, yang artinya profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. (3) Pengujian variabel pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal dengan t hitung sebesar 0,066 dan tingkat signifikansi yaitu 0,948. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari tingkat alpha ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0,05 sehingga H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak, yang artinya pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal.

## Pembahasan

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal, sesuai dengan bukti nilai signifikan yaitu sebesar  $0,374 > 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan yang diukur dengan menggunakan *Firm Size* secara parsial atau individu berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2019-2022.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Cindy (2020) yang telah membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Hasil yang telah diberikan Cindy (2020) memberikan arti bahwa perusahaan yang memiliki ukuran yang besar maka menyebabkan pengeluaran modal dalam memenuhi semua kewajiban akan semakin menurun atas semua besarnya asset yang telah dimiliki. Perusahaan akan lebih memaksimalkan asset dan modal internal daripada terus-terusan berhutang yang akan digunakan sebagai modal untuk membiayai seluruh kegiatan operasional perusahaan.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nurhayadi (2021) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap struktur modal. Pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap struktur modal dapat dijelaskan bahwa semakin meningkatnya ukuran perusahaan maka akan meningkatkan jumlah aset perusahaan. Perusahaan besar akan mempunyai kesempatan yang luas dan mudah dalam memperoleh pinjaman, karena pihak kreditur lebih percaya untuk meminjamkan modal kepada perusahaan yang besar.

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, sesuai dengan bukti nilai signifikan yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROE secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2019-2022.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Putri (2022) serta Ramadhani & Fitriah (2019) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap struktur modal. Semakin besar profitabilitas menyebabkan semakin besar juga struktur modal. Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa banyak laba yang dihasilkan suatu perusahaan. Jika laba perusahaan lebih tinggi, maka lebih banyak kreditur akan memberikan pinjaman kepadanya. Dengan kata lain, tingginya profitabilitas dapat meningkatkan struktur modal dengan mendorong berbagai sumber pendanaan, salah satunya adalah hutang.

### **Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal, sesuai dengan bukti nilai signifikan yaitu sebesar  $0,948 > 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan penjualan yang diukur menggunakan rumus pertumbuhan penjualan secara parsial atau individu berpengaruh tidak signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2019-2022.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fajrin (2020) yang membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal. Pertumbuhan penjualan berpengaruh sangat kecil sehingga tidak memberikan makna apapun terhadap struktur modal. Untuk kegiatan operasionalnya perusahaan lebih memilih untuk menggunakan dana internal daripada dana eksternal, sebab tingkat pertumbuhan yang semakin tinggi menyebabkan perusahaan memperoleh banyak laba dari hasil penjualannya. Tingkat laba yang meningkat akan membuat perputaran uang yang masuk, sehingga perusahaan lebih memilih dana internal untuk menjalankan kegiatan operasionalnya dibandingkan menggunakan dana eksternal seperti utang. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi akan meningkatkan kecenderungan perusahaan untuk mengambil utang dan memperbesar struktur modal.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mas (2020) yang menyebutkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal, karena semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka keinginan perusahaan untuk melakukan ekspansi akan semakin besar, sehingga memerlukan pendanaan yang lebih untuk operasional perusahaan yaitu berupa utang yang dapat meningkatkan struktur modal.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022. Untuk itu, peneliti memberikan simpulan penelitian sebagai berikut: (1) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022. Hal ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan yang tinggi tidak selalu diikuti dengan peningkatan yang tinggi pada struktur modal. (2) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2022. Dapat dikatakan bahwa semakin meningkatnya profitabilitas maka struktur modal akan semakin meningkat. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba atau keuntungan. (3) Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap struktur modal pada perusahaan *Personal Care Product* di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2019-2022. Hal ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak selalu diikuti dengan peningkatan yang tinggi pada struktur modal.

### **Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan beserta analisisnya yang kemudian ditarik simpulan, peneliti bermaksud untuk mengajukan beberapa saran yang mungkin bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, maka peneliti mengemukakan saran sebagai berikut: (1) Bagi perusahaan *Personal Care Product*, mengenai ukuran perusahaan disarankan untuk lebih memperhatikan aset lancar, karena ukuran perusahaan yang besar maka aset yang dimiliki juga besar, sehingga perusahaan tidak terlalu membutuhkan penggunaan modal eksternal (hutang) karena dapat membiayai kegiatan operasional perusahaan sendiri. (2) Bagi perusahaan *Personal Care Product*, mengenai profitabilitas disarankan untuk mempertahankan atau meningkatkan profit untuk dapat memperbesar struktur modal. (3) Bagi perusahaan *Personal Care Product*, mengenai pertumbuhan penjualan disarankan untuk sebaiknya perusahaan bisa meningkatkan penjualannya setiap tahun, karena apabila pertumbuhan penjualannya tinggi maka laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk menutupi utang, karena semakin besar tingkat pertumbuhan penjualan maka perusahaan akan membutuhkan banyak dana eksternal seperti utang untuk meningkatkan kualitas produknya. (4) Bagi peneliti berikutnya, hendaknya menggunakan variabel selain ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan agar bisa berpengaruh terhadap struktur modal.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Cindy, K., & Mahargiono, P. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Cosmetics and Household Di Bei Tahun 2012-2028. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(2), 1-16.
- Profitabilitas, P., Ukuran, D. A. N., & Taslim, I. (2021). *Perusahaan Terhadap Struktur Modal*. III(2), 824-832.
- Putri, H. A. S. B. H. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Struktur Modal Perusahaan Cosmetics Households. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(3), 1-19.
- Fajrin, N. A. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(3), 1-17.
- Riyanto, B. 2016. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Bagian Penerbitan FE. Yogyakarta
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Cetakan Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Ramadhani, S., & Fitra, H. (2019). Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 01(01), 259-269.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Revisi. Cetakan Kesebelas. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Mamduh, H dan A. Halim. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. YKPN. Yogyakarta.
- Mas, I. A. D. P., & Dewi, S. K. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3105.
- Nurhayadi, W. S. I. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal. *Jurnal Untirta*, 16(1).
- Sudana, I.M. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Erlangga. Jakarta.
- Harahap, S.S. 2016. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sartono, R. A. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Setiyadi. 2007. Pengaruh Compan Size, Profitability, dan Institutional Ownership terhadap CSR Disclousure. *Jurnal Ekonomi Universitas Padjajaran Bandung*.
- Sartono, Y. dan D. Priantinah. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Aktiva, Likuiditas dan Growth Opportunity Terhadap Struktur Modal Perusahaan. *Jurnal Profita* 4(4):1-17
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Cetakan Kedelapan. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung