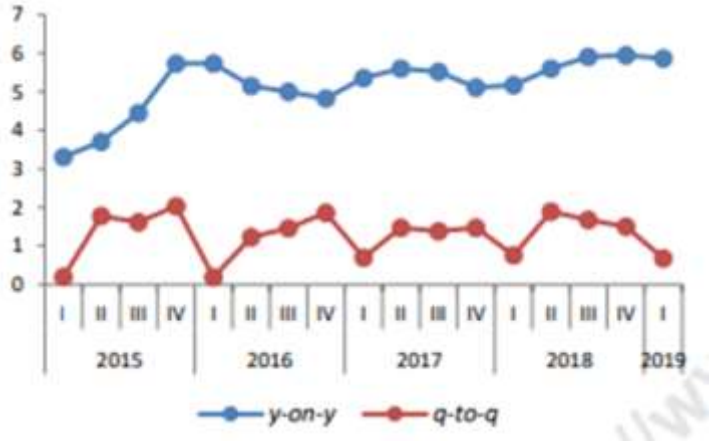
BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata berpengaruh terhadap kedudukan ekonomi di Indonesia. Pariwisata memberikan peranan yang sangat penting terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut Ningsih (2017) Indonesia yang merupakan negara dengan ekonomi nasional terbesar di Tenggara Asia. Ini memiliki ekonomi berbasis pasar di mana pemerintah memainkan peran penting dengan memiliki lebih dari 164 badan usaha milik negara. Masuknya peran pemerintah dalam dunia pariwisata akan lebih mudah dilakukannya pengawaasan terhadap dunia pariwisata dalam negri. Adanya pariwisata, semakin besar peluang bagi Indoneisa untuk mengembangkan dan menjadikan Indonesia sebagai suatu negara yang maju. Sektor pariwisata menciptakan lapangan pekerjaan yang bisa mengatasai masalah pengangguran yang ada di Indonesia, sektor pariwisata juga memberikan sumbangan terhadap pendapatan negara. Pada tahun 2017 sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar Rp 259.583 milliar kepada PDB (1,9% dari total PDB.) Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau yang tersebar lokasinya dan penduduk yang besar merupakan pasar yang besar bagi berbagai industri sandang dan industry pangan (Ningsih, 2014).



Sumber : Produk Domestik Bruto Indonesia BPS (Data Diolah, 2019)

Gambar 1.1

Laju Pertumbuhan Penyediaan Akomodasi Makanan dan Minuman

Ruang Lingkup Subkategori ini merupakan gabungan dari dua subkategori, yaitu Industri Makanan dan Industri Minuman. Industri makanan mencakup pengolahan produk pertanian, perkebunan dan perikanan menjadi makanan dan juga mencakup produk setengah jadi yang tidak secara langsung menjadi produk makanan. Industri Minuman mencakup pembuatan minuman beralkohol maupun tidak beralkohol, air minum mineral, bir dan anggur, dan pembuatan minuman beralkohol yang disuling. Kegiatan ini tidak mencakup pembuatan jus buah-buahan dan sayur-sayuran, minuman dengan bahan baku susu, dan pembuatan produk teh, kopi dan produk teh dengan kadar kafein yang tinggi. KBLI 2009: kode 10 dan 11. Dari data diatas gambar 1.5 Kinerja Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum triwulan I/2019 tumbuh sebesar 5,87 persen, dibanding periode yang sama tahun sebelumnya (y-on-y). Hal ini disebabkan kegiatan kampanye serta persiapan pemilihan umum legislatif, presiden dan wakil rakyat dan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara. Sementara bila triwulan I/2019 dibandingkan triwulan IV/2018 (q-to-q), Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum pada triwulan I/2019 tumbuh sebesar 0,68 persen. Hal ini disebabkan meningkatnya minat masyarakat dalam mengkonsumsi makanan siap saji di mall dan via online.

Gastronomi dan industri makanan & minuman di Indonesia. Pariwisata di Indonesia menggantungkan masa depannya pada budaya kuliner dan bisnis gastronomi (Pramono, 2019). wisatawan baik mancanegara maupun nusantara datang ke indoneisa mengenal makanan atau kuliner dari segi konteks budayanya, konteks budaya ini dapat diterima atau dipahami oleh wisatawan apabila ada kontak antara wisatawan dengan masyarakat local. artinya mereka datang ke Indonesia, kemudian merasakan masakan indonesia ketika mereka pulang lalu cerita pada keluarganya tentang makanan Indonesia, itu salah satu cara dan mungkin itu yang paling efektif, karna tidak semua orang punya kesempatan datang ke Indonesia dan ini salah satu promosi. Maka dari itu industry makanan dan minuman membuat inovasi berupa makanan khas Indonesia yang bisa di bawa oleh wisatawan (instan) agar bisa di nikmati oleh keluarga atau kerabat dirumah. Kegiatan gastronomi diplomasi erat kaitannya dengan budaya. hal ini dipengaruhi pada indeks *stsate influence* Indonesia yang dipaparkan bahwa konteks pengaruh budaya dengan gastronomi menjadi yang tertinggi. tak hanya itu gastronomi juga berpengaruh pada capaian ekonomi negara. hal ini dipengaruhi juga dengan faktor perdagangan barang. Menurut Siswo,2019) pelaku-pelaku bisnis kuniler di Indonesia jangan memaksakan budaya luar untuk menyamai budaya Indonesia,

Sebaliknya, Indonesia yang harus menyesuaikan budaya luar. Itulah yang membuat perusahaan di bidang *food & beverage* menjadikan makanan khas Indonesia sebagai produk unggulan yang diperdagangkan di Indonesia maupun di mancanegara.

Maka dari itu industri *sector food & beverage* memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia dan promosi kuliner di Indonesia. Pertumbuhan perindustrian *sector Food & Beverage* di Indonesia masih akan terus berkembang mengingat meningkatnya jumlah wisatawan asing yang terus berwisata di Indonesia. Kemudian juga *sector industry* makanan dan minuman (mamin) Indonesia saat ini memiliki potensi pertumbuhan ekonomi yang cukup besar. Hal itu terjadi karena sektor mamin didukung sumber daya alam Indonesia yang berlimpah dan permintaan domestik yang tinggi. Dikatakannya, pada 2018, ekspor industri makanan tumbuh 11,71% sedangkan minuman tumbuh 3,16%. Pada tahun 2019, sektor tersebut mampu menarik investasi sebesar US$383 juta dan Rp8,9 triliun hingga triwulan I Tahun 2019. Banyak dari perusahaan makanan dan minuman di Indonesia memilih untuk go public untuk menambah modal yang ada dan juga untuk memperluas bisnisnya. Banyaknya persaingan di sector makanan dan minuman perusahaan berlomba-lomba untuk memperbaik nilai perusahaannya dengan begitu para investor akan menginvestasikan modalnya pada perusahaan yang dipilihnya.

Tujuan utama perusahaan yang telah go public adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi pada pemegang saham. Menurut Taswan dan Soliha (2002), nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan pemilik perusahaan, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Untuk mencapai tujuan perusahaan, manajer membuat keputusan investasi yang menghasilkan *net present value* positif. Menurut Jensen (2001) dalam Wahyudi (2006), menjelaskan bahwa untuk memaksimumkan nilai perusahaan tidak hanya nilai ekuitas saja yang harus diperhatikan, tetapi juga semua klaim keuangan seperti hutang, waran maupun saham preferen.

Seorang investor saham harus mampu memahami laporan keuangan di mana laporan keuangan adalah bahasa bisnis dari sebuah perusahaan (Raymond Budiman, 2019: VIII-IX). Maka dari itu dengan kemampuan membaca laporan keuangan, kita dapat melihat bagaimana kesehatan

keuangan perusahaan, serta apa yang terjadi dengan perusahaan yang akan kita investasikan. Menurut Bangun dan Wati (2007), dalam melakukan investasi, investor akan mempertimbangkan profit dari perusahaan mana yang akan memberikan *return* tinggi. Profitabilitas memberikan nilai yang objektif mengenai nilai investasi pada sebuah perusahaan. Oleh karena itu profit sebuah perusahaan merupakan harapan bagi investor, tetapi investor juga harus berhati-hati dalam menentukan keputusan investasi karena jika tidak tepat, investor tidak hanya kehilangan *return* tetapi semua modal awal yang diinvestasikannya juga akan hilang.

Berdasarkan Teori Sinyal (*Signalling Theory*) seharararusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan, sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, sinyal ini dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghasilkan laba yang berkualitas kerna prinsip ini mencegah perushaaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aktiva yang tidak overstate. Apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut dapat dikategorikan sebagai sinyal baik karna mengindikasikan perusahaan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang dilaporkan menurun maka perusahaan berada dalam konsisi tidak baik seginggi sebagai sinyal yang buruk. Menurut (Nicho, 2018) kabari baik itu seperti : mencari hutang atau memenuhi ke butuhannya dengan berhutang.

Teori *Trade-Off* mengasumsikan bahwa struktur modal perusahaan hasil *trade off* dari keuntungan pajak dengan menggunakan hutang dengan biaya yang akan timbul sebagai akibat penggunaan hutang tersebut. Esensi *trade-off theory* dalam struktur modal adalah menyeimbangkan manfaat dan pengorbanan yang timbul sebagai akibat penggunaan utang. Teori trade off memprediksi hubungan positif antara struktur modal dengan nilai perusahaan dengan asumsi keuntungan pajak masih lebih besar dari biaya kepailitan dan biaya keagenan. Teori *trade off* menunjukkan bahwa nilai perusahaan dengan hutang akan semakin meningkat dengan meningkatnya pula tingkat hutang. Penggunaan hutang akan meningkatan nilai perusahaan tetapi

hanya pada sampai titik tertentu. Setelah titik tersebut, penggunaan utang justru menurunkan nilai perusahaan.

Teori Struktur Modal (*Capital Structure Theory*) adalah perimbangan atau perbandingan antara modal asing dan modal sendiri. Modal asing diartikan dalam hal ini adalah hutang baik jangka panjang maupun dalam jangka pendek. Sedangkan modal sendiri bisa terbagi atas laba ditahan dan bisa juga dengan penyertaan kepemilikan perusahaan.

Profitabilitas artinya tingkat kempuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Pemilihan rasio profitabilitas didasarkan pada alasan bahwa analisis rasio profitabilitas akan melihat seberapa mampu perusahaan menggunakan aset serta modal yang ada untuk menghasilkan keuntungan semaksimal mungkin. Profitabilitas merupakan daya Tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh memalui usaha manajemen atas dana yang di investasikan para pemegang saham dan juga mencerminkan pembagian laba yang menjadi haknya yaitu seberapa banyak di investasikan kembali dan seberapa banyak yang dibayarkan sebagai deviden tunai ataupun deviden saham kepada mereka (Raymond Budiman, 2019: 40-41)

Kebijakan utang sangat *sensitive* terhadap perubahan nilai perusahaan. Semakin tinggi proporsi utang maka semakin tinggi harga saham, namun pada titik tertentu peningkatan utang akan menurunkan nilai perusahaan karena manfaat yang diperoleh dari penggunaan utang lebih kecil daripada biaya yang ditimbulkannya. Analisis hutang akan memberikan gambaran tentang tingkat kesehatan keuangan perusahaan, serta struktur permodalan perusahaan. Tentunya sebagai investor saham menginginkan perusahaan yang sehat dan kuat. Utang dan kondisi keuangan perusahaan yang tidak sehat akan menciptakan resiko kebangkrutan di masa yang akan datang, ketika perusahaan tidak mampu membayar utang-utangnya (Raymod Budiman, 2019: 44-45)

Nilai perusahaan adalah nilai yang mencerminkan berapa harga yang bersedia dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Peneliti mengumpulkan data menggunakan *cross-sectional* mengambil data dari persuahaan industry makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Periode 2019. Besaram rata-rata dari ke dua variable independen (*Return on Equity, Debt to Equity Ratio*) dan variable dependen (*Price to Book Value Ratio*) pada perusahaan industri makanan dan minuman periode 2019 dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1

Data *Retun on Equity, Debt to Equity, Price to Book Value* Studi pada Perusahaan Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019

Perusahaa	Tahun	ROE	DER	PBV
BTEK	2019	3.91	1.32	1.08
CEKA	2019	19.04	0.23	0.88
SKBM	2019	0.09	0.75	0.61
STTP	2019	22.47	0.34	0.03
PSDN	2019	14.64	3.34	1.04
ALTO	2019	-1.93	1.9	2.28
MIN		-1.93	0.23	0.03
MAX		22.47	3.34	2.28
AVERAGE		9.70	1.31	0.99

Sumber: Laporan Keuangan Perusahaan Sub Sektor Makan dan Minuman diolah 2020

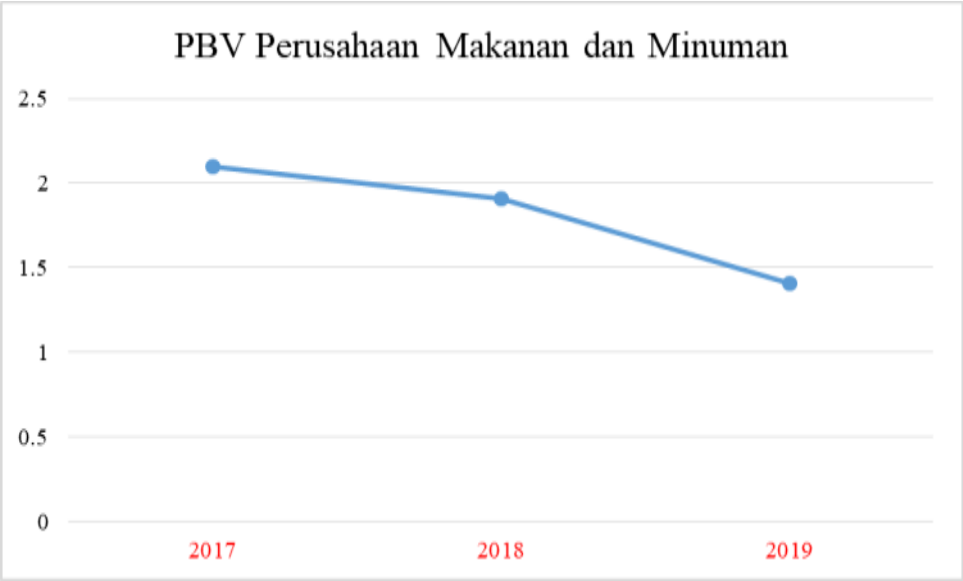
Sesuai dengan data yang disajikan dalam Tabel 1.1 terdapat 6 perusahaan dari 25 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019. Dimana peneliti mengambil 26 Perusahaan karna hanya 6 perusahaan yang termasuk dalam kriteria peneliti.

Rata-rata *Return on Equity* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftatar di BEI tahun 2019 yaitu sebesar 9.70 %, dengan nilai tertinggi yaitu perushaan STTP dengan nilai 22.47 % dan yang terendah dimiliki perusahaan ALTO dengan nilai -1.93 % jauh di bawah rata-rata industry. Berdasarkan teori bahwa semakin tinggi *Return on Equity* maka akan semakin baik

artinya perusahaan mampu memanfaatkan modal/dana pemegang saham untuk menghasilkan keuntungan yang besar jika *Return on Equity* dibawah rata-rata menandakan bahwa perusahaan tersebut kurang bisa memanfaatkan modal yang ada.

Rata-rata *Debt to Equity* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019 yaitu sebesar 1.31 kali dengan nilai tertinggi yaitu perusahaan PSDN dengan nilai 3.34 kali sedangkan yang terendah dimiliki perusahaan CEKA dengan nilai 0.23 kali. artinya perusahaan makanan dan minuman rata-rata memiliki jumlah utang sebesar 1.31 kali lebih besar dibandingkan dengan total modal/dana dari pemegang sahammnya. maka dapat disimpulkan jika semakin rendah *Debt to Equity Ratio* menunjukan perusahaan tersebut memiliki struktur modal yang semakin kuat dan sebaliknya jika *Debt to Equity Ratio* tinggi makan perusahaan tersebut memiliki struktur modal yang kurang baik.

Rata-rata *Price to Book Value* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2019 yaitu sebesar 0.99 artinya para investor rela membayar 0.99 kali lebih besar dibandingkan nilai bukunya pada perusahaan makanan dan minuman. *Price to Book Value* tertinggi dimiliki oleh perusahaan ALTO dengan nilai *Price to Book Value* 2.28 kali artinya perusahaan ini dijual dengan harga 2.28 kali dibandingkan dengan nilai bukunya dan Price to Book Value terendah dimiliki oleh perusahaan STTP dengan nilai 0.03 kali artinya perusahaan STTP dijual dengan harga 0.03 kali dibandingkan dengan nilai bukunya. dapat disimpulkan bahwa semakin rendah *Price to Book Value* maka semakin murah harga sahamnya dan semakin tinggi nilai *Price to Book Value* maka semakin tinggi pula harga sahamnya.



Gambar 1.2

Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Periode 2017-2019

Pada gambar 1.2 menunjukan rata-rata *Price to Book Value*/Nilai perusahaan pada perusahaan sub sector makanan dan minuman jumlah perusahaan yang diteliti 6 perusahaan mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Tertinggi Pada tahun 2017 bahwa besarnya PBV pada perusahaan sub Sektor makanan dan minuman adalah 2.1 kali yang menunjukan bahwa pada tahun 2017 perusahaan sub sector makanan dan minuman diminati oleh investor, para investor rela membayar 2.1 kali lebih mahal dibanding dengan nilai bukunya. Pada tahun 2018 industri makanan dan minuman mengalami penurunan price to book value menjadi 1.91. kemudian pada tahun 2019 industri makanan dan minuman mengalami penurunan kembali dengan nilai *price to book value* menjadi 1.49.

Gambar 1.3

***Retun on Equity* Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Periode 2017-2019**

Pada gambar 1.3 rata rata *Retun on Equity* pada perusahaan sub sector makanan dan minuman dengan jumlah yang di teliti 6 perusahaan pada tahun 2017-2019 bahwa mengalami konsolidasi. Pada tahun 2017 return on equity pada perusahaan makanan dan minuman sebesar 3.94 % kemudian pada tahun 2018 mengalami penurunan menjadi 1.71 % artinya perusahaan makanan dan minuman tidak memaksimalkan/memanfaatkan modalnya dengan cukup baik, perusaahaan hanya mampu menghasilkan keuntungan 1.71 % dari modal yang diberikan oleh investor pada perusahaan makanan dan minuman. Kemudian pada tahun 2019 return on equity perusahaan makanan dan minuman mengalami kenaikan dengan nilai 9.7%.

Gambar 1.4

***Debt to Equity Ratio* Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Periode 2017-2019**

Pada gambar 1.4 rata-rata *Debt to Equity ratio* pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman dengan jumlah yang diteliti 6 perusahaan pada periode 2017-2019 mengalami *sideway*. Pada tahun 2017 *Debt to Equity ratio* perusahaan sub sektor makanan dan minuman memiliki nilai 1.08 kali artinya subsector makanan dan minuman rata-rata memiliki jumlah utang 1.08 kali lebih besar dibandingkan dengan total ekuitasnya. Pada tahun 2018 *debt to equity subsector* makanan dan minuman mengalami penurunan menjadi 0.93 kali. Dan kemudian pada tahun 2019 *debt to equity* perusahaan sub sektor makanan dan minuman mengalami peningkatan kembali menjadi 1.31 kali artinya struktur permodalan perusahaan *subsector* makanan dan minuman kurang baik dikarnakan peningkatan jumlah utang dari tahun 2017-2019.

Di Bursa Efek Indonesia terdapat banyak *sector* perindustrian yang dikelompokan ke dalam Sembilan sector yaitu pertanian, pertambangan, manufaktur, aneka industri, industri makanan & minuman, *property*, infrastruktur utilitas dasar, keuangan, perdagangan barang dan jasa. Dalam penelitian ini peneliti memilih perusahaan – perusahaan yang tergabung dalam industri makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman adalah perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi.

Hasil penelitian Jusriani (2013) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulupui (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusan. Kemudian penelitian Fitri (2013) menyatakan semakin tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lebar saham yang berarti profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perushaan. Berbeda dengan hasil penelitian Moniaga (2007) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Maryati (2018) menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan return on equity berpengaruh namun tidak sigbifikan terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu variable profitabilitas dipilih karna terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu.

Penelitian mengenai hubungan kebijakan hutang dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh peneliti. Namun para peneliti menemukan hasil yang berbeda. Jusriani (2013) menunjukan bahwa kebijakan utang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Herawati (2012) menyatakan jika kebijakan hutang berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Amanda (2010) menyatakan bahwa variable kebijakan hutang berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahan. Berbeda dengan penelitian Tedi, Farid (2008) yang menyatakan kebijakan hutang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Sukirni (2012) menyatakan kebijakan hutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukan bahwa peningkatan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang hasilnya tidak konsisten, maka peneliti ingin meneliti kembali apa hubungan profitabilitas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang menyataka bahwa profitabilitas dan kebijakan hutang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan dan juga ada yang menyatakan bahwa profitabilitas dan kebijakan hutang tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Maka dari itu akan dihasilkan kontribusi yang nyata untuk membuktikan apakah terjadi penguatan konsistensi terhadap teori yang terjadi selama ini atau sebaliknya. Dengan demikian, maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul :

"ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS DAN KEBIJAKAN UTANG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profitabilitas perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2019?
2. Bagaimana kebijakan hutang perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2019?
3. Bagaimana nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2019?
4. Bagaimana profitabilitas terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2019?
5. Bagaimana kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2019?
6. Bagaimana profitabilitas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui profitabilitas perusahaan makanan dan minuman.
2. Untuk mengetahui kebijakan hutang perusahaan makanan dan minuman
3. Untuk mengetahui nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman..
4. Untuk menganalisis kemampuan profitabilitas dalam menjelaskan nilai perusahaan.
5. Untuk menganalisis kemampuan kebijakan hutang dalam menjelaskan nilai perusahaan.

6. Untuk mengetahui profitabilitas dan kebijakan utang terhadap nilai perushaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini semoga bermanfaat bagi peneliti, calon investor, dan bagi pihak akademik.

Manfaat yang bisa diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

   Dapat memberikan tambahan pengtahuan mengenai pengaruh profitabilitas dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan dalam praktik yang dihubungkan dengan pengetahuan teoritis.
2. Bagi calon investor

   Dapat memberikan masukan mengenai prospek perusahaan sebelum investor menginvestasikan modalnya pada perusahaan serta diharapkan dapat memberikan informasi dalam menilai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.
3. Bagi akademik

   Dapat memberikan pengetahuan yang berguna bagi pemikiran dan menambah wawasan bagi pembaca.