

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan dapat dinyatakan sebuah entitas ekonomi yang telah didirikan untuk menghasilkan dan memaksimalkan laba perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan setinggi-tingginya dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki perusahaan (Aprianingsih & As'ari, 2023). Dari pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan jangka pendek dari perusahaan adalah untuk menghasilkan dan memaksimalkan laba perusahaan, sementara untuk tujuan jangka panjang dari perusahaan adalah menyejahterakan pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan setinggi-tingginya.

Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi tentunya memiliki banyak manfaat atau keuntungan bagi perusahaan itu sendiri, salah satunya adalah mudahnya akses untuk memperoleh pembiayaan dari pasar modal maupun lembaga keuangan, ataupun perusahaan mendapatkan harga jual yang tinggi ketika sewaktu-waktu perusahaan dijual atau di-*merger* (Biharuddin et al., 2023).

Perusahaan sebagai organisasi yang melakukan kegiatan produksi dalam jangka panjang atau jangka pendek. Seiring dengan perkembangan ekonomi yang begitu pesat di era industrialisasi ini memberikan dorongan tingkat kompetisi yang tinggi di dunia usaha, sehingga menuntut setiap perusahaan untuk terus meningkatkan daya saingnya untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dihasilkan.

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dari meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah. Akibatnya, ini juga merupakan industri di mana perusahaan lokal sangat ambisius dan telah berkembang menjadi eksportir global yang sukses. Pada saat yang sama, internasionalisasi masakan lokal merupakan peluang utama bagi perusahaan asing untuk menjual produk mereka kepada konsumen Indonesia, yang semakin terbuka terhadap makanan dan rasa baru.

Perubahan gaya hidup di pusat-pusat perkotaan Indonesia sebagian besar mengikuti tren pasar yang sudah mapan, dengan pekerja kantoran memiliki lebih sedikit waktu untuk memasak, atau kurang berminat untuk melakukannya, namun menuntut makanan yang meningkatkan kesehatan. Yang penting, pembeli mendapatkan akses ke berbagai produk yang lebih luas berkat infrastruktur ritel yang berkembang di negara ini, dengan *hypermarket* dan *minimarket* yang bergerak lebih dalam dan tersebar ke daerah. Meningkatkan logistik memfasilitasi distribusi barang yang mudah rusak, seperti makanan beku, di seluruh nusantara.

Persaingan yang meningkat pada tingkat domestik hingga internasional mengharuskan perusahaan dalam kompetisi persaingan untuk dapat meningkatkan kegiatan operasional dan mempertahankan profitabilitas perusahaan (Aldi et al., 2020).

Percepatan inovasi teknologi era yang berdampak di berbagai macam sektor, salah satunya adalah perusahaan-perusahaan *start up*. Banyak perusahaan yang berdampak akan kemajuan dari teknologi tersebut, sehingga terus menerapkan inovasi agar perusahaannya dapat berkembang dan bersaing dengan skala internasional, salah satunya perusahaan yang bergerak pada sektor makanan dan minuman.

Beradaptasi dengan tren akan menjadi sangat penting karena budaya makan di Indonesia terus berubah. Salah satu tren utama adalah kesadaran kesehatan yang berkembang di kalangan penduduk muda Indonesia, yang menciptakan peluang untuk produk-produk seperti minuman bernutrisi atau sereal yang diperkaya dengan vitamin dan mineral. Produk susu yang diperkaya menargetkan penurunan berat badan, binaragawan, dan ibu menyusui. Makanan ringan juga diuntungkan dari urbanisasi dan pertumbuhan penjualan. Produk kopi dan teh siap minum mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, sementara jus buah/sayuran serta minuman olahraga/energi juga mengalami kenaikan dalam penjualan.

Tantangan yang muncul kedepannya dapat diprediksi dengan adanya ketergantungan pada pasar domestik berarti bahwa bisnis makanan dan minuman kurang terekspos ke pasar global yang berubah-ubah dibandingkan banyak industri lainnya. Namun, produsen lokal masih rentan terhadap fluktuasi harga global untuk bahan-bahan produksi yang diimpor dari luar negeri.

Impor bahan makanan olahan akan terus menjadi bagian penting dari total penjualan, karena beberapa di antaranya tidak dapat diproduksi secara layak di Indonesia. Pengolah makanan berbasis lokal perlu menemukan cara lain untuk

menjaga biaya mereka tetap terkendali dan meningkatkan daya saing mereka di tengah intensifikasi perdagangan regional. UMKM berada di bawah tekanan terbesar dari kenaikan upah, tarif listrik, dan suku bunga pinjaman.

Meningkatkan efisiensi operasional dan konsumsi energi dengan peralatan baru dan proses yang dioptimalkan adalah salah satu cara bagi bisnis ini untuk mengurangi tekanan biaya, tetapi mungkin yang lebih bijaksana adalah menemukan cara untuk memperkuat kualitas dan terutama branding produk lokal baik di Indonesia maupun di wilayah yang lebih luas. Tanpa menampilkan fakta yang ada bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang mengasosiasikan kualitas yang lebih tinggi dengan merek asing dan lebih memilihnya daripada merek lokal, terutama dalam hal makanan untuk bayi dan anak-anak. Dalam kasus produsen kecil, bahkan meningkatkan kemasan saja sering kali dapat meningkatkan daya tarik produk lokal.

Tujuan jangka panjang dari dibentuknya suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan diharapkan akan mengundang investor baru untuk berinvestasi. Selain itu, nilai perusahaan juga akan mencerminkan potensi dan prospek perusahaan didalam mempertahankan dan meningkatkan usahanya di masa yang akan datang yang juga menjadi daya tarik bagi para investor.

Nilai perusahaan yang tinggi juga menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan

oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset.

Nilai Perusahaan dengan penilaian *Price to Book Value* (PBV) dengan perbandingan antara nilai saham menurut pasar dengan nilai buku perusahaan. Dimana dari rasio PBV ini dapat dilihat tingkat kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Aldi et al., 2020).

Nilai perusahaan dianggap penting karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi persepsi investor. Dalam memaksimalkan nilai perusahaan, manajemen perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti risiko yang dihadapi perusahaan, pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan ekonomi dan struktur modal. Seringkali perusahaan mengalami fluktuasi dalam nilai perusahaannya karena kondisi perekonomian yang tidak stabil dan kurang optimalnya struktur modal yang perusahaan tetapkan yang nantinya akan berpengaruh pada kinerja perusahaan.

Salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel profitabilitas. Profitabilitas merupakan sebuah gambaran bagaimana suatu perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari asset ataupun modal yang mereka miliki. Menurut (Balqis dan Safri, 2022) profitabilitas merupakan indikator performa perusahaan yang mencerminkan kapasitas perusahaan dalam memperoleh keuntungan selama periode waktu yang ditentukan. Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan laba akan bertambah seiring dengan peningkatan

profitabilitasnya. Di sisi lain, apabila profitabilitas menurun, maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan terbatas.

Profitabilitas merupakan indikator yang dimanfaatkan untuk menghitung kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal ini mencerminkan seberapa efisien dan berhasil sebuah perusahaan dalam mengatur operasinya untuk menghasilkan keuntungan yang melebihi biaya dan ekspensinya. Profitabilitas adalah salah satu indikator kunci dalam menganalisis kinerja dan keberhasilan suatu perusahaan. Kemampuan bersaing di pasar dapat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah perusahaan (Iman et al., 2023).

Profitabilitas bisa dinilai dengan menggunakan indikator-indikator seperti *Net Profit Margin* (NPM), *Gross Profit Margin* (GPM), *Return on Investment* (ROI), *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE). Pada riset ini, profitabilitas dihitung melalui penggunaan ROA. Salah satu indeks keuangan adalah ROA yang biasanya dimanfaatkan untuk mengukur profitabilitas. Mengukur ROA melibatkan perhitungan dengan membagi laba bersih oleh jumlah total aset yang dimiliki (Suherman & Siska, 2021).

Peneliti terdahulu (Rajagukguk dkk. (2019) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba. Kinerja suatu perusahaan dapat dinilai dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, karena pada perusahaan profitabilitas dijadikan sebagai penilaian keefektifitasan pengelolaannya. Profitabilitas pada perusahaan dapat dinilai dengan bermacam cara tergantung pada laba dari aktiva atau modal yang diperbandingkan satu dengan lainnya.

Profitabilitas merupakan indikator kinerja manajemen yang ditunjukkan melalui perolehan laba selama mengelola kekayaan perusahaan. Semakin besar jumlah profitabilitas perusahaan yang tercatat pada laporan keuangan dapat diartikan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik, maka peluang perusahaan pada masa yang akan datang semakin baik (Noviani et al., 2019).

Salah satu variabel yang menjadi pertimbangan dalam menentukan nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. ukuran perusahaan yang besar memiliki kelebihan yaitu semakin mudah untuk mendapatkan pendanaan dan perhatian investor karena perusahaan yang besar lebih dikenal publik sehingga akan berpengaruh dalam peningkatan nilai perusahaan (Mislinawati et al., 2021).

Dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan, perusahaan harus mencukupi kebutuhan dananya agar dapat memaksimalkan kinerjanya. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harga saham perusahaan, hal ini akan mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan. Menurut Setia dalam (Dewantari et al. (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat mengklasifikasikan besar kecilnya sebuah perusahaan dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan melihat total aset sebuah perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan akan lebih banyak investor yang berpusat pada

perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor, hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil (Dewantari et al., 2019).

Ukuran perusahaan yaitu sebuah rasio untuk memperlihatkan besar kecilnya aktiva yang dimiliki perusahaan (Setiawan dan Sha, 2022). Tujuan pengukuran ini untuk membedakan perusahaan besar dengan perusahaan kecil secara kuantitatif. Ukuran perusahaan memengaruhi kemampuan manajemen dalam menghadapi berbagai situasi dan kondisi.

Ukuran perusahaan adalah sebuah tanda yang mencerminkan skala perusahaan, baik itu besar atau kecilnya perusahaan yang dapat ditentukan oleh faktor-faktor seperti tingkat penjualan, jumlah pekerja yang ditempatkan, dan aset perusahaan (Mufalichah dan Nurhayati, 2022). Perusahaan besar, sedang dan kecil merupakan sebuah kelompok ukuran perusahaan. Total aset yang tercatat pada akhir tahun sebagai salah satu metode untuk menghitung ukuran perusahaan.

Jumlah total aset mencerminkan nilai akumulasi semua sumber daya dan properti yang perusahaan miliki. Perusahaan yang lebih besar dalam hal ukuran memiliki cakupan yang meluas ke sumber daya dan lebih banyak fleksibilitas dalam mengelola operasional mereka serta mengatasi berbagai tantangan (Febiyanti & Anwar, 2022). Dalam riset ini, ukuran perusahaan dihitung melalui jumlah total aset. Aset mencerminkan seberapa besar harta yang dimiliki perusahaan dan dapat memberikan gambaran tentang skala dan dimensi perusahaan dalam hal sumber daya yang mereka kelola.



Berdasarkan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, penelitian ini juga menggunakan kebijakan dividen yang berperan sebagai karena adanya kebijakan dividen perusahaan dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen tersebut (Nofika & Nurhayati, 2022). Kebijakan dividen terkait dengan bagaimana perusahaan mendistribusikan pendapatannya kepada pemegang saham untuk diinvestasikan kembali atau menahannya sebagai pendapatan bagi perusahaan(Kusaendri, 2022).

Kebijakan dividen adalah keputusan yang menentukan jumlah laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dan yang akan dipertahankan oleh perusahaan. Kebijakan ini sangat berguna bagi investor atau perusahaan yang akan membagikan dividen. Kebijakan ini berbeda untuk setiap perusahaan, jadi sangat penting bagi manajemen untuk mempertimbangkannya.

Hal ini disebabkan oleh kepentingan yang berbeda dari masing-masing pihak yang terlibat dalam perusahaan. ((Fitrianingsih, dkk (2023:5)) menyatakan bahwa “Kebijakan ini sangat penting digunakan untuk membuat suatu keputusan yang tepat mengenai pembagian keuntungan perusahaan didistribusikan dalam bentuk dividen, dividen dipertahankan sebagai laba untuk dipergunakan sebagai biaya pendanaan”.Kebanyakan investor lebih mengharapkan dividen yang lebih besar sedangkan manajemen atau perusahaan lebih memilih menahan kas untuk membayar hutang dan menambah investasi

Kebijakan dividen yang optimal pada suatu perusahaan adalah kebijakan yang menciptakan keseimbangan di antara dividen saat ini dan pertumbuhan di masa datang. Jika dividen yang dibagikan besar maka hal tersebut akan meningkatkan harga saham yang juga akan berakibat pada peningkatan nilai perusahaan (Saputra et al., 2022).

Kebijakan dividen menjadi faktor moderasi yang signifikan dalam konteks ini. Kebijakan dividen mencerminkan keputusan manajemen mengenai bagaimana laba yang dihasilkan akan dibagikan kepada pemegang saham (Hertina et al., 2019). Dividen yang konsisten dan meningkat dapat menjadi sinyal positif bagi investor, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kesehatan finansial yang baik dan prospek pertumbuhan yang cerah. Sebaliknya, kebijakan dividen yang tidak jelas atau fluktuatif dapat menimbulkan keraguan di kalangan investor.

Pada sektor makanan dan minuman, faktor-faktor ini menjadi semakin relevan. Industri ini tidak hanya bersifat padat modal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh perubahan preferensi konsumen, tren kesehatan, dan regulasi pemerintah. Perusahaan yang mampu mengelola profitabilitas dan ukuran dengan baik, serta menerapkan kebijakan dividen yang efektif, akan lebih berpeluang untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana profitabilitas dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi manajemen

perusahaan, investor, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengambil keputusan yang lebih baik dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

Terapat 95 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, penelitian ini menggunakan 18 perusahaan sebagai sample penelitian yang akan diteliti mengenai profitabilitas, ukuran perusahaan, terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi.

Variabel dependen pada kajian ini adalah nilai perusahaan. Alat ukur yang digunakan adalah *price book value* (PBV) ini membandingkan nilai pasar dan nilai buku perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan dalam mengelola sumberdaya perusahaan dan dapat diukur dengan *price book value* (PBV). Berikut perhitungan nilai perusahaan ada 10 perusahaan yang terdaftar di Rumus PBV sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Niai Buku Perlembar Saham (NBVS)}}$$

$$\text{NBVS} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

**Tabel 1. 1**  
**Hasil Pbv Sampel**

No	Kode Perusahaan	2019	2020	2021	2022	2023
1	AALI	1,478	1,232	0,864	0,694	0,599
2	BISI	1,360	1,257	1,094	1,574	1,393
3	BUDI	0,361	0,337	0,589	0,704	0,786
4	CEKA	0,878	0,842	0,806	0,760	0,668
5	CPIN	5,058	4,582	3,879	3,519	3,049
6	DLTA	4,486	3,454	2,964	3,064	3,025
7	DSNG	1,306	1,038	0,837	0,644	0,662
8	GOOD	4,029	3,169	1,278	1,156	0,812

9	ICBP	4,875	2,219	1,854	2,029	1,986
10	INDF	1,284	0,760	0,641	0,631	0,564
11	JPFA	1,182	1,132	1,157	1,243	0,734
12	LSIP	1,192	1,010	0,772	0,633	0,535
13	MYOR	4,630	5,376	4,015	4,355	3,643
14	ROTI	2,601	2,607	2,953	3,046	2,972
15	SKLT	0,292	0,266	0,309	0,228	0,024
16	TBLA	0,991	0,848	0,654	0,543	0,453
17	TGKA	3,200	4,180	3,652	3,188	2,692
18	ULTJ	15,225	17,149	15,659	12,983	10,315

Tabel PBV diatas didapatkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan data dari laporan keuangan yang ada di Bursa Efek Indonesia. Dari hasil perhitungan PBV diatas dapat dilihat ada beberapa perusahaan yang mendapatkan skor PBV diatas 1 yang menandakan perusahaannya memiliki nilai perusahaan yang tinggi dan mampu membuat investor bertahan, namun sebaliknya ada juga perusahaan yang menunjukan angka dibawah 1 yang berarti perusahaan memiliki nilai perusahaan yang cukup rendah. Seperti pada perusahaan CPIN yang mengalami penurunan disetiap tahunnya berbeda dengan perusahaan DLTAB yang mampu mempertahankan nilai perusahaannya disetiap tahun.

PBV sangat erat kaitannya dengan harga saham. Perubahan harga saham akan merubah rasio PBV. Rasio PBV yang semakin tinggi mengindikasikan harga saham yang semakin tinggi pula. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil nilai PBV perusahaan berarti harga saham semakin murah. Hal ini mencerminkan nilai perusahaan rendah.

Perusahaan yang harga sahamnya senantiasa tinggi mengindikasikan prospek pertumbuhan perusahaan yang baik. Dengan kata lain, rasio ini mengukur nilai

yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (KHusnul et al., 2023) **“Pengaruh Ukuran Perusahaan Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi”**

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi struktur modal perusahaan maka dapat menurunkan nilai perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah struktur modal maka dapat menurunkan nilai perusahaan. Kebijakan dividen mampu memoderasi dengan memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen mampu memoderasi dengan memperkuat pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Kebijakan dividen tidak mampu memoderasi dengan memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun masalah yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur tidak dapat memenuhi kebutuhan produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

2. Kecilnya ukuran perusahaan manufaktur membuat kondisi perusahaan menjadi buruk/lemah.
3. Rendahnya nilai perusahaan, membuat kurangnya ketertarikan investor menanamkan modalnya.
4. Rendahnya saham perusahaan membuat turun nilai perusahaan manufaktur.
5. Perubahan kondisi dan posisi keuangan yang signifikan.
6. Kecilnya ukuran perusahaan membuat para investor enggan menanamkan sahamnya pada perusahaan.
7. Kurangnya modal menyebabkan terhambatnya pertumbuhan ukuran perusahaan.
8. Besarnya persaingan antar sesama perusahaan makanan dan minuman.
9. Tidak stabilnya kinerja keuangan serta kurangnya perhatian perusahaan terhadap laba yang diperoleh dari hasil produksi
10. Tidak konsistennya manajer dalam melaksanakan tugas yang menyebabkan masalah dalam perusahaan.
11. Permasalahan pada pembagian dividen yang menyebabkan perusahaan kurang dilirik investor.

### **1.3 Batasan Masalah**

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus pada tujuan penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi.
2. Penelitian ini dilakukan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kebijakan dividen memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah kebijakan dividen memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
3. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh kebijakan dividen
4. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh kebijakan dividen

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti yang digunakan sebagai sarana dalam menerapkan konsep yang diterima. Selain itu, dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan serta menjadi prasyarat untuk memasuki dunia kerja.

### **2. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan menjadi pedoman bagi penelitian selanjutnya dan bisa memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

### **3. Bagi Peneliti selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar referensi untuk pihak lain yang membutuhkan referensi untuk penelitian yang membutuhkan data sehubungan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi.

Dengan tujuan dan manfaat yang jelas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika nilai perusahaan dalam konteks industri makanan dan minuman di Indonesia.