

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Kondisi perekonomian global saat ini sedang mengalami tren peningkatan yang secara tidak langsung mempengaruhi perekonomian Indonesia. Lanskap politik global dan politik dalam negeri secara signifikan mempengaruhi perekonomian Indonesia. Kondisi ekonomi saat ini sudah meningkatkan daya saing di antara perusahaan-perusahaan dalam negeri. Kemunculan berbagai perusahaan kecil maupun besar menciptakan persaingan yang mengakibatkan perusahaan semakin meningkatkan kinerjanya untuk menambah nilai perusahaannya (Rukmawati et al., 2019). Pada saat ini persaingan usaha telah membuat setiap perusahaan harus melakukan perencanaan dan memiliki strategi yang baik untuk mampu menjadikan nilai perusahaan meningkat agar tujuan dari didirikannya dapat tercapai. Tujuan utama suatu korporasi adalah untuk meningkatkan nilainya guna memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham (Rukmawati et al., 2019).

Perusahaan adalah sebuah organisasi yang didirikan dengan tujuan tertentu, baik untuk jangka pendek ataupun jangka panjang. Tujuan jangka pendeknya ialah mendapatkan keuntungan dalam satu periode operasional (Darmayanti & Dewi, 2023). Perusahaan manufaktur adalah jenis perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan barang mentah menjadi barang siap pakai. Prospek bisnis sektor manufaktur secara konsisten menunjukkan profitabilitas yang tinggi setiap tahunnya, sehingga menarik investor untuk mengalokasikan sumber dayanya kepada organisasi (Antari et al., 2022).

Setiap perusahaan berusaha memenuhi kepentingan manajemen dan investor saham. Kemampuan dalam meningkatkan nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan manajemen serta menjadi indikator kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan menunjukkan aset pada perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui nilai perusahaannya, serta ditinjau dari kestabilan dan pertumbuhan signifikan pada harga sahamnya. (Kusumaningrum & Iswara, 2022). Berdasarkan hal ini perusahaan akan semakin meningkatkan nilai perusahaannya, melihat bagaimana ketatnya persaingan pada lingkungan bisnis saat ini.

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis saat ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk berupaya keras dalam memperoleh dana investasi guna mendukung pengembangan usahanya. Kondisi ini tercermin dari meningkatnya jumlah investor di pasar modal Indonesia. Catatan BEI menunjukkan total investor pasar modal Indonesia periode 2021-2023 terus mengalami kenaikan. Hal ini membuktikan semakin banyaknya orang yang berminat untuk melakukan investasi. Berikut ini merupakan gambar jumlah investor di BEI periode 2021-2023.



Gambar 1. 1
Jumlah Investor di BEI periode 2021-2023 Dalam Jutaan Rupiah
(Sumber: BEI, data diolah penulis 2025)

Pertumbuhan jumlah investor yang semakin meningkat menyebabkan persaingan untuk mendapatkan dana dari investor menjadi lebih sengit. Persaingan yang ketat ini menuntut manajer perusahaan untuk terus meningkatkan nilai perusahaan agar mampu menarik minat investor. Inipun disebabkan nilai perusahaan sangat berkaitan dengan harga saham, di mana saham mencerminkan penilaian investor terhadap kemampuan perusahaan dalam memberikan kesejahteraan kepada para pemegang saham (Setiamy & Deliani, 2019).

Persaingan bisnis di era globalisasi terjadi disebabkan oleh perkembangan ekonomi, sosial politik, dan teknologi. Perusahaan diharuskan sanggup mempertahankan lingkungan bisnisnya secara efisien serta meningkatkan kinerja dan inovasi produk. Untuk itu, perusahaan membutuhkan dana lebih, sehingga mendorong perusahaan untuk go public melalui penjualan saham atau obligasi untuk memperoleh dana dari investor (Hendraliany, 2019). Bursa Efek dikenal juga dengan Pasar Modal. Pasar modal dapat menghubungkan perusahaan yang butuh akan dana kepada pihak yang memiliki kelebihan dana yaitu masyarakat. Sehingga, pasar modal dapat difungsikan menjadi sarana investasi bagi masyarakat atau investor yang ingin menginvestasikan dananya dalam suatu sistem keuangan yang terorganisasi (Sari & Purnamawati, 2024).

Menurut Pasal 1 ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 terkait dengan Pasar Modal, Bursa Efek adalah lembaga yang mengelola serta menyediakan sistem atau fasilitas yang mempertemukan penawaran jual dan beli efek dari berbagai pihak, dengan tujuan untuk memfasilitasi perdagangan efek di antara mereka (Zulfa, 2020). Bursa Efek Indonesia merupakan pihak yang menyediakan sistem ataupun sarana yang digunakan untuk mempertemukan

penawaran jual dan beli efek kepada pihak-pihak lain yang bermaksud untuk melakukan transaksi efek di antara para pihak tersebut (Prasetya & Cipta, 2021). Tersedianya sistem atau sarana ini dimaksudkan untuk memungkinkan bursa efek melakukan pengawasan terhadap anggotanya dengan lebih efektif. Saat ini fungsi Bursa Efek di Indonesia dilakukan PT. BEI. Para investor akan menjadi termotivasi untuk melakukan investasi yaitu, membeli saham perusahaan dengan harapan agar dapat mendapatkan kembalian investasi sesuai dengan apa yang telah diinvestasikannya (Dewi, 2017).

Bursa Efek Indonesia (2020) menerapkan *IDX Industrial Classification* atau *IDX-IC* untuk mengklasifikasikan perusahaan tercatat. Penentuan sektor, sub-sektor, industri atau sub-industri didasarkan pada eksposur pasar. BEI berhak menentukan klasifikasi perusahaan tercatat berdasarkan evaluasi dan justifikasi BEI, terdapat 4 tingkat klasifikasi yang ada dalam BEI yang terdiri dari 12 sektor, 35 sub-sektor, 69 industri dan 130 sub-industri. Terdapat 12 sektor *IDX-IC* yang terdiri dari, *energy, consumer cyclicals, technology, basic materials, healthcare, infrastructure, industrials, financials, transportation & logistics, consumer non-cyclicals, property and real estate, listed investment product*. Dalam sektor *consumer Non-Cyclicals* terbagi ke dalam 7 sub sektor yang diantaranya terdiri dari, *food & staples retailing, food & beverages, processed foods, agricultural products, tobacco, household products, dan personal care products*. Perusahaan-perusahaan inilah yang akan menjadi penunjang keberhasilan kegiatan perekonomian di Indonesia.

Sebagian besar perekonomian Indonesia didukung oleh pertumbuhan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang mengalami perkembangan

pesat ialah industri makanan dan minuman (Manullang et al., 2024). Pertumbuhan industri ini didorong oleh bertambahnya kebutuhan pokok masyarakat sehingga mendorong penjualan yang didasarkan atas kenaikan pendapatan individu serta meningkatnya pengeluaran bagi kebutuhan makanan dan minuman, khususnya akibat bertambahnya jumlah konsumen yang tergolong dalam kelas menengah, menjadi faktor pendorong utama. Berdasarkan hal tersebut mengakibatkan industri perusahaan local sangat ambisius dan telah berkembang kemudian menjadi eksportir global yang sukses. Sehingga, pada waktu yang bersamaan, internasionalisasi masakan local yang menjadi sebuah peluang utama untuk perusahaan asing untuk menjual produk-produk yang mereka hasilkan kepada konsumen di Indonesia, yang mengakibatkan semakin terbukanya masyarakat Indonesia terhadap makanan dengan rasa baru yang kemudian menjadi salah satu faktor pendorong terjadi perubahan gaya hidup di kalangan masyarakat, khususnya di daerah perkotaan.

Perubahan tren gaya hidup pada daerah pusat kota yang mengikuti tren pasar terutama bagi seseorang yang sudah mapan dengan pekerjaan kantoran yang memiliki waktu sedikit untuk masak, atau kurang minat melakukan kegiatan tersebut, namun tetap menuntut makanan yang sehat untuk dikonsumsi. Sehingga, dengan adanya industri makanan dan minuman ini pembeli bisa mendapatkan akses ke berbagai produk yang luas dan berkembang di negara ini. Dengan adanya hypermarket, minimarket yang bergerak di bidang logistic juga memudahkan pemfasilitasan distribusi barang yang mudah rusak di Indonesia. Oleh karena itu, industri makanan dan minuman memegang peranan krusial untuk mendukung kelangsungan hidup masyarakat.

Nurita Sari (2022) mengemukakan bahwa pengolahan makanan dan minuman ialah salah satu industri yang tergolong matang di Indonesia yang artinya industri ini memiliki peran penting dalam masyarakat dimana perusahaan inilah yang menghasilkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat, dengan sejumlah besar bisnis bersaing untuk penjualan. Industri makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan pertumbuhan sejak tahun 2020 yakni meningkat sebesar 2,54% pada tahun 2021 yang berkisar Rp775,1 triliun, walaupun masih pada masa terdampak covid-19 (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id>). Industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan 3,57% pada kuartal ketiga 2022, meningkat dari 3,49% pada kuartal yang sama tahun 2021. Pada 2023, pertumbuhan naik menjadi 4,62% pada kuartal kedua, namun turun menjadi 3,28% pada kuartal ketiga secara yoy. Secara kumulatif, perekonomian Indonesia tumbuh positif 3,69% sepanjang 2021, membaik dari kontraksi 2,07% pada 2020 (Humas, 2024). Berikut merupakan gambar pertumbuhan perusahaan makanan dan minuman per kuartal ke-III periode 2021-2023:



Gambar 1. 2
 Pertumbuhan Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode
 2021-2023 (Per Kuartal ke-III)
 (Sumber: kemenkeu, data diolah penulis 2025)

Industri makanan dan minuman tetap menunjukkan pertahanannya, pada periode yang masih sama industri ini memberikan kontribusi yang cukup tinggi bagi PDB industri nonmigas sehingga menjadi subsektor dengan kontribusi PDB terbesar di Indonesia yaitu sebesar 38,38% pada tahun 2022. Selain itu, pada Januari-Juni 2022, ekspor industri makanan dan minuman mencapai USD21,3 miliar, meningkat 9% dibandingkan periode yang sama pada tahun 2021 sebesar USD19,5 miliar, pada tahun 2023 mengalami kenaikan ekspor kembali menjadi USD 48,6 miliar. Pada periode 2021-2023, volume ekspor perusahaan makanan dan minuman mengalami peningkatan berturut-turut, dengan peningkatan drastis pada tahun 2023. Berikut merupakan gambar kenaikan jumlah ekspor industri makanan dan minuman periode 2021-2023:



Gambar 1. 3
Jumlah Ekspor Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI
Periode 2021
(Sumber: sindonews.com, data diolah penulis 2025)

Pertumbuhan ekonomi Indonesia juga mengalami peningkatan dari periode sebelumnya yakni pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Indonesia ada pada angka 3,69% yang kemudian mengalami peningkatan menjadi 5,31% pada tahun 2022. Hal ini didorong oleh pemulihan aktivitas ekonomi pasca-pandemi dan

peningkatan konsumsi domestik serta investasi. Namun, pada tahun ini industri makanan dan minuman juga menghadapi tantangan yang signifikan akibat dari kenaikan bahan baku seperti gula, susu, teh dan juga buah-buahan segar yang berdampak pada naiknya biaya operasional dan juga daya saing pelaku usaha di pasar. Berdasarkan laporan dari *Institute for Development of Economics and Finance (INDEF)* bersama dengan Continuum Data Indonesia yang menyebutkan bahwa jika dilihat dari sudut pandang perekonomian, ditemukan dua faktor yang menjadi penyebab terjadinya kenaikan sejumlah harga bahan pokok diantaranya, yang pertama yaitu pasca pulih dari pandemi dimana permintaan tidak berbanding lurus dengan persediaan dan yang kedua, yaitu terjadinya disrupsi *supply chain*. Sehingga, dengan terjadinya kondisi tersebut memaksa para pelaku usaha harus memilih antara menaikkan harga jual atau tetap mempertahankan harga agar kompetitif meskipun margin keuntungannya semakin kecil (<https://ekbis.sindonews.com/>).

Perang Rusia-Ukraina 2022 memperparah gangguan rantai pasokan global yang sudah terdampak pandemi COVID-19, menyebabkan kenaikan harga bahan baku seperti minyak, gas, dan produk pertanian, termasuk gandum yang sangat dibutuhkan Indonesia. Sanksi ekonomi terhadap Rusia dan potensi balas dendamnya memperburuk ketidakpastian pasar, terutama terkait logam penting untuk manufaktur modern. Organisasi OECD melaporkan pasokan bahan baku kritis terancam, yang meningkatkan tekanan inflasi dan mengancam ketahanan pangan negara berkembang, termasuk Indonesia. Selain itu, larangan ekspor pupuk dari Rusia berpotensi menaikkan biaya produksi pertanian domestik. Konflik ini juga diperkirakan akan mengubah pola perdagangan energi dan bahan baku antara

Rusia, Tiongkok, dan negara Barat, terutama jika dukungan Beijing terhadap Rusia berlanjut. Dampak ini menimbulkan tantangan besar bagi perekonomian global dan Indonesia secara khusus (<https://ipdefenseforum.com/>).

Perang Rusia-Ukraina menyebabkan kenaikan harga minyak dan gas yang meningkatkan biaya transportasi serta mengganggu penggunaan infrastruktur transportasi Rusia untuk manufaktur di Asia. Banyak perusahaan kini memproduksi komponen di Tiongkok dan mengandalkan jalur kereta api Rusia untuk pengiriman ke Eropa, sementara pengiriman udara menjadi lebih mahal karena harus menghindari wilayah udara Rusia. Rusia merupakan produsen penting bahan baku seperti aluminium (untuk kemasan, kendaraan, pesawat, konstruksi, dan tenaga listrik), nikel (untuk baja tahan karat, magnet, konstruksi, transportasi, alat medis, elektronik, dan pembangkit listrik), serta kalium karbonat (nutrisi untuk berbagai tanaman pangan utama). Harga bahan baku ini mencapai level tertinggi dalam 10 tahun terakhir sejak Februari 2022 akibat volatilitas pasar yang dipicu invasi Rusia ke Ukraina, yang mengakibatkan disrupsi signifikan pada rantai pasokan global invasi Rusia ke Ukraina yang terlihat sangat jelas sehingga mengakibatkan disrupsi terhadap *supply chain* (<https://ipdefenseforum.com/>).

Supply Chain global kembali mengalami tantangan yang tidak terduga akibat bentrokan bersenjata di perbatasan Eropa antara Rusia dan Ukraina. Invasi Rusia ke Ukraina berpotensi besar menyebabkan gangguan *supply chain* yang berbahaya dan mematikan bagi seluruh dunia menurut penelitian. Perang Rusia-Ukraina 2022 menyebabkan gangguan besar pada rantai pasokan global karena kedua negara merupakan pemasok utama bahan baku dan komoditas penting seperti gas, minyak, dan gandum. Konflik ini memicu lonjakan harga energi dan pangan,

meningkatkan inflasi global, serta mengancam ketahanan pangan, termasuk di Indonesia yang bergantung pada impor gandum dari Ukraina. Selain itu, gangguan transportasi dan infrastruktur di wilayah konflik memaksa perusahaan mencari jalur alternatif yang lebih mahal, seperti pengiriman udara yang menghindari wilayah udara Rusia. Risiko serangan siber juga meningkat, mengancam kelancaran operasi rantai pasokan. Dampak ini menyebabkan kenaikan biaya produksi dan distribusi, serta ketidakpastian pasar yang berpotensi memperlambat pertumbuhan ekonomi global dan regional. Indonesia dan negara lain perlu meninjau ketergantungan pada pasokan dari Rusia dan Ukraina untuk mengelola risiko dan menjaga stabilitas ekonomi (<https://www.abccexpress.id/>).

Perang Rusia-Ukraina 2022 menyebabkan kenaikan harga pangan global karena kedua negara adalah eksportir utama komoditas penting: Ukraina sebagai eksportir jagung terbesar dan Rusia sebagai pengeksportir gandum utama dunia. Ukraina juga mengeksportir biji barley dan gandum hitam. Konflik ini mengancam pasokan pangan, terutama jika Rusia berhasil menguasai daerah pertanian utama Ukraina. Sebanyak 14 negara, termasuk Indonesia, sangat bergantung pada impor gandum dari Ukraina lebih dari 10%. Dampak ini memicu kenaikan harga pangan yang berdampak luas pada ketahanan pangan global (<https://www.abccexpress.id/>).

Perang Rusia-Ukraina 2022 menimbulkan enam masalah utama dalam rantai pasok perusahaan, yaitu: kekurangan bahan baku utama, kenaikan biaya bahan baku, dampak pada kapasitas produksi, volatilitas permintaan, kendala rute logistik dan kapasitas, serta pelanggaran keamanan siber. Akibatnya, terjadi kelangkaan hidrokarbon, mineral, logam, dan energi yang parah, yang memicu lonjakan harga akibat kelangkaan dan pembelian panik. Kondisi ini berdampak negatif pada

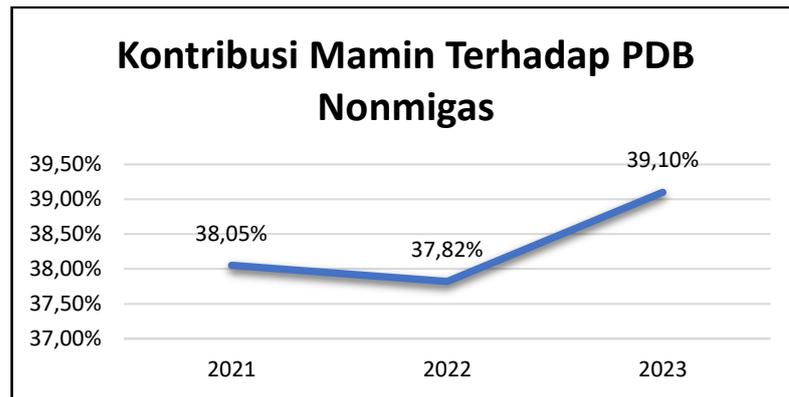
operasi manufaktur di hulu dan hilir, termasuk sektor pertambangan bahan baku. (<https://www.abccexpress.id/>).

Juru bicara Kemlu RI Teuku Faizasyah menyatakan bahwa Indonesia memiliki hubungan bilateral yang baik dengan Rusia dan Ukraina, mencakup perdagangan dan investasi. Sebelum perang, Indonesia sudah menghadapi tantangan dalam rantai pasok akibat pandemi. Data BPS menunjukkan ekspor Indonesia ke Rusia pada Januari 2022 mencapai US\$176,5 juta, naik 58,69% (bulan ke bulan) dari Desember 2021 dan 60,29% (tahun ke tahun) dari Januari 2021. Komoditas ekspor utama meliputi lemak/minyak hewan-nabati, alas kaki, karet, dan barang dari karet (<https://www.abccexpress.id/>). Ekspor Indonesia ke Ukraina pada Januari 2022 turun drastis menjadi US\$5,4 juta (penurunan 87,78% dari Desember 2021). Salah satu komoditas impor utama Indonesia dari Ukraina dan Eropa adalah gandum. Perang dan lonjakan harga komoditas dapat memicu kenaikan harga bahan baku, bahan jadi, serta kebutuhan pokok, sehingga diperlukan langkah cepat dan responsif untuk mengatasi dampaknya (<https://www.abccexpress.id/>).

Kenaikan harga bahan baku pangan dipicu oleh naiknya BBM dan tarif e-tol, yang menyebabkan inflasi dan menurunkan daya beli masyarakat. Penurunan daya beli mengurangi konsumsi, merugikan produsen karena pendapatan dan kesejahteraannya terpengaruh. Faktor lain penyebab kenaikan harga pangan adalah infrastruktur pertanian yang kurang memadai, minimnya teknologi, berkurangnya lahan dan petani, sehingga produktivitas rendah. Dampak ini juga dirasakan oleh industri pengolahan pangan, yang menghadapi biaya tambahan dan keterbatasan impor bahan baku (<https://www.hukumonline.com/>).

Kenaikan kebutuhan pangan sejak awal 2022 meliputi: (1) kedelai, yang harganya naik akibat inflasi di Amerika Serikat dan Indonesia masih mengimpor kedelai; (2) daging sapi, naik hingga Rp165.000 per kg karena sebagian diperoleh dari impor sehingga terpengaruh fluktuasi harga dan rantai pasok internasional; (3) minyak goreng. Kenaikan harga bahan baku pangan ini berdampak pada industri makanan dan minuman dengan meningkatnya biaya produksi, yang kemudian menaikkan harga produk jadi dan memengaruhi masyarakat sebagai konsumen kebutuhan pokok (<https://www.hukumonline.com/>).

Industri makanan dan minuman memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia. Pada 2021, nilai PDB sektor ini mencapai Rp1,12 kuadriliun, menyumbang 38,05% dari industri pengolahan nonmigas dan 6,61% dari PDB nasional. Kontribusinya sedikit berfluktuasi, yakni 37,82% pada 2022 dan meningkat menjadi 39,10% pada 2023 terhadap PDB nonmigas, serta sekitar 6,55% terhadap PDB nasional. Pertumbuhan sektor ini didukung oleh ekspor yang meningkat, investasi yang tumbuh, dan peran strategis dalam peta jalan Making Indonesia 4.0. Industri makanan dan minuman juga menjadi subsektor dengan kontribusi PDB terbesar dan prioritas pemerintah dalam pembangunan industri nasional. Berikut merupakan gambar kontribusi PDB Perusahaan makanan dan minuman terhadap PDB nonmigas periode 2021-2023:



Gambar 1. 4
Kontribusi Perusahaan Makanan dan Minuman Terhadap PDB Nonmigas Periode
2021-2023

(Sumber: setkab.go.id, data diolah penulis 2025)

Meski sempat terpuruk akibat pandemi covid-19, sektor mamin mampu bangkit dengan pertumbuhan sebesar 4,62% pada kuartal kedua tahun 2023, namun mengalami penurunan kembali pada kuartal ketiga tahun 2023 yakni menjadi 3,28% yoy (Yunianto, 2024). Pada kuartal kedua 2023, industri makanan dan minuman menyumbang hampir 34% PDB sektor industri pengolahan, menjadi salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat. Namun, pada kuartal ketiga 2023, pertumbuhan industri makanan dan minuman menurun menjadi 4,39% dari tahun sebelumnya, lebih rendah dari kuartal sebelumnya (4,9%). Data BPS menunjukkan pertumbuhan industri makanan dan minuman hanya 3,28% pada triwulan ketiga 2023, lebih rendah dari kuartal sebelumnya (4,62%), disebabkan oleh melemahnya daya beli masyarakat akibat kenaikan harga pokok dan gangguan rantai pasokan global.

Melemahnya daya beli masyarakat ini berpengaruh terhadap perlambatan konsumsi rumah tangga, dimana pada kuartal keempat tahun 2023 adalah sebesar 4,5% (yoy) dibandingkan dengan kuartal ketiga pada tahun 2023 yakni sebesar 5,1% (yoy) yang artinya terjadi perlambatan dalam pertumbuhannya sebesar 0,6%

selama satu kuartal. Namun demikian, target pertumbuhan industri ini pada tahun 2023 tetap optimis yaitu sekitar 5-7% dan yang menjadi salah satu alasan pertumbuhan ini adalah ekspor industri makanan dan minuman yang berhasil mencapai USD 48,6 miliar.

Pada tahun 2023 terjadi masalah lain dimana, harga pangan melonjak drastis yang disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satu faktor utama yang memengaruhi harga pangan adalah perubahan kondisi cuaca yang ekstrem dimana terjadi perubahan iklim seperti banjir, kekeringan, atau perubahan pola musim yang menghambat produksi pertanian sehingga berkurangnya pasokan pangan yang kemudian beresiko meningkatkan harga pangan di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat terjadinya inflasi harga pangan sebesar 1,26% pada tahun 2022. Kemudian pada tahun 2023, Badan Pangan Nasional (BAPANAS) menyebutkan bahwa terjadi kenaikan harga beras yakni sebesar 14,08% yang disusul juga kenaikan atas bahan pangan gula sebesar 20% pada tahun 2023 (<https://upland.psp.pertanian.go.id/>). Kenaikan harga pangan ini memiliki dampak yang signifikan bagi Masyarakat karena memberikan tekanan ekonomi pada rumah tangga. Hal ini terjadi terutama pada Masyarakat yang berpenghasilan rendah yang mengalokasikan Sebagian besar pendapatan mereka untuk kebutuhan pangan.

Kenaikan harga pangan menurunkan daya beli konsumen, menyebabkan kesulitan ekonomi bagi keluarga berpenghasilan rendah dan meningkatkan ketidakpastian akses pangan, terutama bagi kelompok rentan seperti anak-anak dan lansia. Dampaknya meliputi masalah kesehatan dan gizi serta memicu protes sosial yang memperburuk ketegangan sosial dan politik di Indonesia. Ketahanan pangan

sangat penting bagi ketahanan negara dan perlu dijaga Bersama (<https://upland.psp.pertanian.go.id/>).

Menurunnya daya beli konsumen kemudian berdampak pada terjadinya perlambatan terhadap konsumsi rumah tangga yang kemudian menyebabkan pertumbuhan ekonomi Indonesia juga ikut mengalami perlambatan. Pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Indonesia ada pada angka 3,69% kemudian mengalami pemulihan pada tahun 2022 yang meningkat menjadi 5,31%. Namun, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami perlambatan menjadi 5,05% pada kuartal ke-3 dan 5% pada kuartal ke-4 pada tahun 2023 (www.antaranews.com). Hal yang terjadi ini tentunya berkaitan dengan perusahaan subsektor makanan dan minuman dimana perlambatan konsumsi rumah tangga ini disebabkan oleh melemahnya daya beli kelas menengah keatas, dan terbatasnya kenaikan konsumsi segmen yang berpenghasilan rendah sebagai imbas dari kenaikan bahan baku yang mengakibatkan kenaikan biaya produksi terhadap produk olahan industri makanan dan minuman.

Kenaikan harga bahan baku pangan tersebut berimbas pada perusahaan makanan dan minuman, dimana untuk produk olahan makanan dan minuman akan mengalami kenaikan sebagai imbas dari melonjaknya harga material, biaya operasional dan juga biaya produksi. Adhi S. Lukman, selaku Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) mengatakan bahwasanya kenaikan harga tersebut tidak akan terlalu signifikan di Tingkat konsumen. Meningkatnya biaya produksi, yang disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku dan operasional tidak bisa dibebankan sepenuhnya kepada konsumen. Oleh karena itu, pihak produsen (mamin) akan menekan margin

perusahaan khususnya pada produk olahan. Sehingga kenaikan harga pada tingkat konsumen tidak bisa dibebankan sebesar kenaikan harga bahan baku, energi, logistic dan lainnya terhadap masyarakat namun yang akan dilakukan adalah penekanan margin perusahaan mamin.

Permasalahan lain yang mengakibatkan terjadinya kenaikan harga bahan baku, logistic, operasional adalah menguatnya nilai dollar AS terhadap Rupiah sehingga menimbulkan efek terhadap industri mamin dalam negeri. Hal ini disebabkan oleh sampai dengan sekarang ini, masih banyak bahan baku dan bahan penolong dari industri mamin di dalam negeri yang masih membutuhkan impor yang tentunya berpengaruh terhadap harga pokok produksi (<https://www.cnbcindonesia.com/>).

Jika ditinjau dari sisi lapangan usaha, beberapa sektor ekonomi utama juga mencatat perlambatan pertumbuhan pada 2023, yaitu, sektor makanan dan minuman (*food and baverage/F&B*) yang mengalami perlambatan pertumbuhan diakibatkan oleh menurunnya konsumsi rumah tangga yang terjadi pada kuartal ke-4 yang kemudian berimbas pada pertumbuhan sektor F&B yang mengalami perlambatan dalam pertumbuhan ekonominya yang awalnya adalah 10,9% (yoy) pada kuartal-3 tahun 2023 menjadi 7,9% (yoy) pada kuartal ke-4 tahun 2023, yang berarti terjadi penurunan sebesar 3% (yoy) selama satu kuartal (<https://setkab.go.id/>)



Gambar 1. 5
 Perlambatan Pertumbuhan Ekonomi Perusahaan Makanan dan Minuman Tahun
 2023
 (Sumber: setkab.go.id, data diolah penulis 2025)

Berdasarkan Gambar 1.5 bisa diambil simpulannya yakni perusahaan makanan dan minuman tersebut mengalami kemerosotan dalam hal nilai perusahaan. Penurunan inipun terjadi pada kuartal ketiga dan kuartal keempat pada tahun 2023 menunjukkan penurunan yang drastis, Perusahaan makanan dan minuman mengalami penurunan nilai perusahaan sebesar 3% pada kuartal ketiga dan keempat 2023. Penurunan ini disebabkan kenaikan harga bahan baku akibat inflasi, perang Rusia-Ukraina, dan pelemahan rupiah terhadap dolar AS yang mengganggu rantai pasokan global. Kenaikan biaya logistik, operasional, dan produksi memaksa perusahaan menaikkan harga jual produk, meski tidak sepenuhnya dibebankan ke konsumen. Akibatnya, daya beli masyarakat menurun, penjualan berkurang, dan pertumbuhan ekonomi perusahaan melambat.

Selanjutnya, sektor yang juga mengalami perlambatan adalah sektor industri pengolahan tumbuhan yang mengalami perlambatan pertumbuhan ekonomi dari 5,2% (yoy) pada kuartal ke-3 tahun 2023 menjadi 4,1% (yoy) pada kuartal ke-4 tahun 2023 yang artinya terjadi penurunan pertumbuhan sebesar 1,1% (yoy).



Gambar 1. 6
 Perlambatan Pertumbuhan Ekonomi Perusahaan Industri Pengolahan Tumbuhan
 Tahun 2023
 (Sumber: setkab.go.id, data diolah penulis 2025)

Sektor industri pengolahan tumbuhan juga mengalami perlambatan pertumbuhan ekonominya yang diakibatkan oleh melemahnya permintaan global untuk produk ekspor industri. Perusahaan ini mengalami penurunan sebesar 1,1% selama satu kuartal. Sehingga berdasarkan data ini dapat dilihat bahwa perusahaan makanan dan minuman mengalami perlambatan pertumbuhan ekonomi yang paling tinggi yakni 3% selama satu kuartal pada tahun 2023.

Sektor konstruksi menjadi penyumbang utama pertumbuhan PDB pada kuartal IV 2023 dengan pertumbuhan 7,7% (yoy) dan kontribusi 0,47%. Sektor pertambangan juga tumbuh 7,5% (yoy) dengan kontribusi 0,45%, serta sektor listrik dan gas tumbuh 8,7% (yoy) dengan kontribusi 0,05%. Secara kumulatif sepanjang 2023, sektor transportasi dan penyimpanan mencatat pertumbuhan tertinggi 13,96%, didukung oleh kenaikan volume penumpang pesawat dan perkembangan kereta api. Sektor akomodasi restoran dan jasa-jasa lainnya juga mengalami pertumbuhan signifikan masing-masing sebesar 10,01% dan 10,52% (<https://setkab.go.id/>).

Pertumbuhan atau penurunan perusahaan mencerminkan kondisi perusahaan yang dinilai dari kemampuan manajemen dalam mengelola perusahaan, disebut nilai perusahaan. Penurunan pertumbuhan ekonomi, khususnya pada perusahaan makanan dan minuman, seringkali menyebabkan penurunan pendapatan dan profitabilitas, yang berdampak negatif pada keputusan investor dan menurunkan harga saham serta nilai perusahaan. Selain itu, pertumbuhan ekonomi yang melambat juga menurunkan kinerja keuangan, seperti margin laba yang menurun dan biaya operasional yang meningkat, sehingga mengurangi nilai perusahaan. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi memiliki dampak yang krusial bagi nilai perusahaan.

Subsektor makanan dan minuman dipilih karena perkembangan perusahaan di sektor ini semakin cepat di berbagai wilayah Indonesia. Hal ini terlihat dari meningkatnya industri makanan dan minuman yang tercatat di BEI. Beragam jenis usaha dapat dijadikan pilihan investasi melalui kepemilikan saham yakni di bidang makanan dan minuman (Widyanti & Yadnya, 2017). Selain itu, subsektor makanan dan minuman dipilih sebagai alat analisis karena berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan yang menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman (mamin) mengalami berbagai permasalahan dan fenomena dalam rentang tahun 2021-2023.

Permasalahan yang terjadi diantaranya, kenaikan harga pokok bahan baku yang berimbas pada perusahaan makanan dan minuman. Kenaikan harga pokok bahan baku menyebabkan biaya produksi dan operasional perusahaan makanan dan minuman naik, namun perusahaan tidak dapat sepenuhnya membebankan kenaikan ini ke konsumen sehingga harus menekan margin keuntungan. Penekanan margin tersebut berdampak pada penurunan laba perusahaan, yang diperparah oleh

menurunnya daya beli masyarakat dan pertumbuhan ekonomi perusahaan makanan dan minuman pada 2023. Meski demikian, sektor ini tetap penting karena bergerak di bidang konsumsi yang dibutuhkan masyarakat dalam berbagai kondisi.

Terjadinya peningkatan jumlah penduduk di Indonesia juga mengakibatkan peningkatan untuk kebutuhan pokok makanan dan minuman. Perusahaan makanan dan minuman juga termasuk kedalam sektor yang berperan penting dalam hal menciptakan lapangan kerja dan juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Kuneo et al., 2024). Pertumbuhan sektor ini didorong karena adanya peningkatan pendapatan dan pengeluaran masyarakat untuk makanan (Nainggolan et al., 2022). Selain itu, karakteristik masyarakat yang senang berbelanja makanan dapat mempertahankan keberlanjutan subsektor ini dengan baik, hal ini ditunjukkan oleh meningkatnya jumlah konsumsi masyarakat terhadap makanan dan minuman (Kuneo et al., 2024). Dengan demikian, inipun akan mendorong minat investor untuk menginvestasikan modalnya pada subsektor makanan dan minuman, sebab perusahaan ini akan terus berkembang ditengah gempuran apapun karena bergerak di bidang pokok kebutuhan masyarakat sehingga, prospek perusahaan mamini ini cukup bagus dan cenderung diminati oleh investor.

Sektor makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan positif dengan jumlah emiten di BEI meningkat dari 72 pada 2021 menjadi 95 pada 2023. Periode 2021-2023 dipilih untuk penelitian karena mencerminkan dinamika dan tantangan industri serta ketahanan sektor kebutuhan pokok. Pertumbuhan emiten ini menegaskan pentingnya kajian nilai perusahaan dalam subsektor ini, yang menjadi prioritas pemerintah sebagai penggerak utama perekonomian nasional. Kajian ini dinilai perlu untuk dilakukan atas dasar bahwa subsektor makanan dan minuman

termasuk menjadi salah satu dari beberapa bidang yang diprioritaskan pemerintah dalam mendorong pembangunan industri yang menjadi penggerak utama perekonomian nasional (Kuneo et al., 2024). Bertambahnya jumlah perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI selama rentan waktu 2021-2023 ditunjukkan melalui grafik berikut ini.



Gambar 1. 7
Jumlah Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Pada BEI Periode 2021-2023
(Sumber: BEI, data diolah penulis 2024)

Nilai suatu perusahaan ialah jumlah yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli untuk akuisisinya (Putri & Ayu Diantini, 2022). Selain itu diarsikan juga sebagai suatu kondisi spesifik yang telah diraih oleh sebuah perusahaan, yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur dan mengklasifikasikan besarnya skala perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan tersebut tergolong makin sukses didalam menciptakan nilai untuk para pemegang sahamnya. Nilai Perusahaan sangat penting dijadikan sebagai objek utama karena dapat meningkatkan nilai Perusahaan sebagai kelangsungan hidup Perusahaan selanjutnya (*going concern*). Nilai Perusahaan disebut meningkat jika dilihat dari kenaikan harga sahamnya. Peningkatan harga saham ini dapat menandakan kemakmuran bagi para pemegang saham dan nilai Perusahaan (Petra & Rivandi, 2022). Selain itu didefinisikan juga sebagai gambaran yang mencerminkan

bagaimana keadaan suatu perusahaan yang dapat dilihat secara umum. Terdapat hal-hal penting yang menandakan bahwa nilai perusahaan memiliki peranan yang penting, ketika nilai suatu perusahaan tinggi maka akan diikuti dengan peningkatan kesejahteraan para investor pada perusahaan tersebut (Jumiari & Julianto, 2020).

Nilai perusahaan terjadi disebabkan sejumlah aspek dari dalam perusahaan yang menjadi pertimbangan investor dalam menilai kemampuan perusahaan mempertahankan dan meningkatkan nilainya. Faktor-faktor tersebut meliputi profitabilitas, keputusan pendanaan, kebijakan dividen, susunan permodalan, keputusan investasi, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran institusi, di mana masing-masing faktor saling berkaitan dalam memengaruhi nilai perusahaan (Hendraliany, 2019). Calon investor umumnya mempertimbangkan beberapa faktor kunci untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai, beberapa aspek yang diperhatikan meliputi: profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, likuiditas, rasio aktivitas, dan kebijakan dividen serta Price Earning Ratio (PER) yang mencerminkan hubungan antara laba perusahaan dengan harga sahamnya. (Aryadita et al., 2024). Rasio PER juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. dengan memperhatikan nilai PER maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui harga saham, inipun terjadi dikarenakan peningkatan nilai PER biasanya diikuti oleh kenaikan harga saham.

Salah satu metode dalam pengukuran nilai perusahaan ialah melalui rasio *Price to Book Value* (PBV), yang masih dianggap relevan dan dilakukan melalui melaksanakan perbandingan harga saham dengan nilai buku. Pada temuan, nilai perusahaan diprosikan oleh *PBV*, nilai *PBV* yang baik bisa menggambarkan keadaan keuangan perusahaan yang baik juga (Saputra et al., 2023). *PBV*

digunakan karena memiliki keunggulan dan keuntungan pemakaian, yakni: (1) Nilai yang diperoleh lebih stabil dan bisa dijadikan pembanding dengan harga pasar (2) standar akuntansi yang diterapkan pada seluruh perusahaan bersifat konsisten. (Widyanti & Yadnya, 2017). Jika didasarkan atas pandangan investor, maka nilai perusahaan ini merupakan sebuah desain yang penting mengenai bagaimana suatu pasar menilai perusahaan secara kompleks. Sehingga, dapat melakukan perhitungan berdasarkan *PBV*, karena proksi ini merupakan teknik yang dapat digunakan apakah nilai suatu saham dalam perusahaan itu *undervalued* atau *overvalued* (Dandi, 2023).

Saham yang dikatakan *undervalued* adalah jika harga saham tersebut berada dibawah nilai buku perusahaan yang bersangkutan. Namun, jika harga suatu saham melebihi nilai buku, maka harga tersebut dinilai terlalu tinggi. Sehingga, untuk mengetahui apakah suatu saham itu nilainya *undervalued* atau *overvalued*, Nilai tersebut dapat dihitung melalui membagi harga saham bersama nilai buku atau nilai riil dari saham tersebut. Makin tingginya rasio *price to book*, otomatis makin tinggi juga penilaian investor terhadap perusahaan dibandingkan dengan modal yang telah mereka investasikan (Dandi, 2023).

Nilai perusahaan juga bisa dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan (Size) adalah skala yang dipergunakan dalam mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan, yang bisa dinilai dengan banyak cara seperti total aset, nilai pasar saham, log size, dan metode lainnya yang dinyatakan bisa memberi dampak bagi nilai perusahaan (Dewantari, 2020). Dalam temuan ini, ukuran perusahaan (Size) dinilai berdasarkan jumlah total aset, yang datanya diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Pengukuran dengan menjumlah total aset ini bertujuan untuk hasil ukuran yang diperoleh lebih jeas dari ukuran lainnya. Total aset perusahaan

ini selanjutnya diproksikan dengan menggunakan natural log (Ln) Total Aset. Tujuan dari penggunaan Ln ini adalah berupaya meminimalkan fluktuasi data yang dianggap berlebihan. Dengan penggunaan Ln, nilai yang berjumlah miliaran bahkan triliunan dapat disederhanakan tanpa merubah proporsi dan nilai aset yang asli (Pratiwi, 2020).

Ukuran perusahaan ini bisa dikelompokkan atas perusahaan yang memiliki skala kecil dan perusahaan dengan skala yang besar. Perusahaan yang mempunyai ukuran skala kecil dominan kurang menghasilkan keuntungan. Inipun dikarenakan keterbatasan faktor pendukung yang perusahaan miliki seperti, terbatasnya sumber dana yang ada di perusahaan (Armando, 2020). Perusahaan berskala besar memiliki keunggulan dalam memperoleh pendanaan dan lebih menarik bagi investor dibandingkan perusahaan kecil, sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menggambarkan kemajuan dan pertumbuhan signifikan, yang dapat meningkatkan nilai dan prospek perusahaan. Sebaliknya, perusahaan kecil cenderung kurang menarik bagi investor dalam jangka panjang. Oleh karena itu, ukuran perusahaan yang besar atau kecil secara langsung memengaruhi nilai perusahaan, karena hal tersebut sebagai suatu pertimbangan untuk investor dalam memilih perusahaan untuk berinvestasi saham (Kusumaningrum & Iswara, 2022).

Price Earning Ratio (PER) juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. PER adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara harga pasar per saham dengan laba per saham (Yulianti et al., 2023). *PER* ialah sebuah rasio yang dipergunakan dalam menilai harga dalam suatu saham yang didasarkan atas kesanggupan perusahaan untuk mendapatkan laba bersih. Laba bersih yang

dimaksud adalah laba per saham. *PER* dapat menggambarkan penilaian dari investor terhadap pendapatan yang diberikan kepada para pemegang saham oleh perusahaan (Dandi, 2023). Melalui mengetahui besarnya *PER*, calon investor bisa menilai apakah harga saham perusahaan tersebut wajar berdasarkan kondisi saat ini, bukan hanya berdasarkan prediksi di masa depan.

PER ini juga merupakan sebuah ukuran yang dapat menentukan bagaimana pasar itu memberikan nilai ataupun harga pada saham (Yulianti et al., 2023). *PER* inipun dapat dimanfaatkan untuk analisis dan melihat harga-harga saham yang tidak wajar sehingga, investor akan lebih mudah untuk mengambil keputusan investasi apakah akan berinvestasi atau tidak karena, *PER* ini adalah salah satu rasio yang bisa dioperasikan dengan mudah oleh para calon investor (Nanda & Nurfadillah, 2022). Angka *PER* yang tinggi menandakan perusahaan berada dalam kondisi kuat dan tengah mengalami pertumbuhan, sehingga meningkatkan valuasinya di mata investor.

PER yang tinggi dapat menunjukkan bahwa investor berharap agar terjadi peningkatan laba bersih yang signifikan dari perusahaan. Nilai *PER* yang tinggi dari saham berarti menunjukkan harga saham yang mahal, jika perusahaan tidak dapat menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, rendah atau tingginya rasio harga itu ditentukan oleh relatif terhadap rasio harga saham lain atau juga pendapatan harga pasar terkait.

Kirana (2024) menuliskan bahwa Dividen ialah pembagian keuntungan perusahaan kepada para pemegang saham yang diberikan perusahaan kepada para pemilik saham dan berasal dari keuntungan perusahaan. Biasanya dividen dibagikan oleh perusahaan secara berkala, bisa tahunan, semsesteran atau kuartalan.

Dividen dibagikan setelah mendapat persetujuan dari pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Agar seorang investor berhak menerima dividen, investor tersebut harus memiliki saham selama periode tertentu hingga diakui sebagai pemegang saham yang berhak atas dividen. Dividen yang dibagikan perusahaan bisa mencakup dividen tunai, yaitu pembagian keuntungan dalam bentuk uang tunai sejumlah nilai tertentu per saham, atau berupa dividen saham, yang bermakna masing-masing pemegang saham menerima tambahan saham dengan demikian total saham yang dimilikinya bertambah.

Kebijakan dividen merupakan kebijakan perusahaan apakah akan membayar atau tidak dividen dan menentukan jumlah besarnya dividen dan membayar dividen lebih dari periode sebelumnya (Jusriani & Rahardjo, 2019). Kebijakan dividen tidak bisa diterapkan sama untuk semua perusahaan karena kondisi dan peluang investasi berbeda. Perusahaan mapan dengan peluang investasi terbatas biasanya membagikan sebagian besar laba sebagai dividen untuk menarik investor yang mengutamakan dividen tinggi. Sebaliknya, perusahaan baru di industri berkembang dengan banyak peluang investasi cenderung membagikan sedikit atau tidak sama sekali dividen, fokus pada pertumbuhan laba dan kenaikan harga saham untuk menarik investor yang mengutamakan keuntungan modal.

Kebijakan dividen dapat dianggap sebagai indikator prediktif untuk keberlanjutan perusahaan yang pemegang sahamnya dapat memprediksi keuntungan modal (Nova, 2023). Kebijakan dividen bisa diukurkan melalui memanfaatkan Dividen Payout Ratio (DPR) karena DPR dianggap paling mampu mencerminkan perilaku oportunistik manajemen perusahaan (Anggraeini &

Krisnando, 2020). Selain itu, *DPR* akan menjadi salah satu pertimbangan investor dalam membeli dan menahan saham yang dimilikinya (Sutisna & Suteja, 2020).

Penelitian mengenai ukuran perusahaan, *price earning ratio* dan kebijakan dividen bagi value perusahaan sudah pernah diteliti sebelumnya. Akan tetapi ditemukan perbedaan atau ketidakkonsistenan hasil temuan terdahulu yang menjadi celah (*research gap*) bagi peneliti untuk melakukan studi ulang guna memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat dan konsisten. Kajian studi terkait dengan studi saat ini dilaksanakan oleh Antari et al. (2022) dimana telah membuktikan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif bagi nilai perusahaan. Temuan serupa oleh Suardana et al. (2020) dimana ukuran perusahaan (*size*) menyumbangkan dampak signifikan untuk nilai perusahaan (*PBV*) dengan hubungan yang bersifat positif. Adapun temuan Wulan (2019) telah membuktikan ukuran perusahaan yang dinilai berdasarkan Total Aset memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan bagi nilai perusahaan. Temuan yang dilaksanakan Siagian et al. (2022) mengindikasikan bahwa hasil analisis uji regresi membuktikan bahwasanya ukuran perusahaan tidak menyumbang pengaruh bagi nilai perusahaan.

Temuan tentang *price earning ratio* bagi nilai perusahaan juga telah dilaksanakan sebelumnya, akan menghasilkan hasil yang tidak konsisten, diantaranya temuan Yulianti et al. (2023), membuktikan *PER* berpengaruh positif bagi nilai perusahaan. Kemudian Nurbaeti & Naryoto (2024) mengindikasikan bahwasanya *PER* menyumbang pengaruh positif untuk nilai perusahaan. Dilanjutkan oleh temuan Dandi (2023) membuktikan *PER* dengan individual tidak menyumbang dampak bagi nilai perusahaan, akan tetapi ditemukan berpengaruh positif untuk nilai perusahaan. Akan tetapi temuan dari Irfiyanti & Harjayanti

(2024) membuktikan PER (keputusan investasi) tidak menyumbang pengaruhnya secara signifikan dan dominan memberi dampak negatif bagi nilai perusahaan. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Mardiana et al. (2020) juga memperoleh hasil yakni PER tidak berpengaruh bagi nilai perusahaan.

Studi terkait pengaruh kebijakan dividen bagi nilai perusahaan juga telah dilaksanakan sebelumnya. Temuan Hendraliany (2019) membuktikan dengan parsial kebijakan dividen menyumbang pengaruhnya dengan positif dan signifikan bagi nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate yang listing di BEI selama periode 2013-2017. Selaras dengan temuan oleh Estuninggati & Yuniati (2020) menjelaskan kebijakan dividen menyumbangkan pengaruh positif dan signifikan untuk nilai perusahaan perkebunan di BEI selama periode 2014-2018. Kedua studi inipun memberikan hasil yang tidak sejalan dibandingkan dengan temuan Sutisna & Suteja (2020) membuktikan kebijakan dividen berdampak negatif untuk nilai perusahaan. Dilanjutkan dengan temuan Fathoni et al. (2023) kebijakan dividen yang dinilai melalui penggunaan DPR berdampak negatif dan signifikan untuk nilai perusahaan. Adapun Antari et al. (2022), kebijakan dividen tidak berpengaruh untuk nilai perusahaan. Dilanjutkan dengan temuan oleh Suardana et al. (2020) memaparkan kebijakan dividen (*DPR*) tidak memengaruhi nilai perusahaan (*PBV*).

Berlandaskan studi sebelumnya, terdapat perbedaan dengan penelitian yang sedang berlangsung. Temuan ini termasuk lanjutan atau pengembangan dari studi terdahulu oleh Septian & Salikim (2024), yang berjudul Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Perbedaan pada kajian studi

ini yang menjadi *novelty* ialah terletak pada pemilihan variabel independen yaitu, *price earning ratio (PER)*. Pada kajian studi inipun *PER* dipilih dan digunakan sebagai variabel independen karena para investor dapat dengan mudah memahami sebuah perusahaan melalui nilai *PER* yang dimilikinya. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan cepat biasanya memiliki tingkat *PER* yang tinggi. Sebaliknya, perusahaan dengan *PER* rendah sering kali dianggap memiliki risiko yang lebih besar (Munawir, 2002). *Price earning ratio* menggambarkan nilai harga untuk setiap rupiah laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Rasio Price Earnings Ratio (*PER*) fokusnya lebih kepada valuasi pasar dan juga potensi pertumbuhan perusahaan, sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang seberapa besar investor bersedia membayar untuk setiap unit laba. Sementara itu, profitabilitas mengukur efisiensi operasional, namun *PER* lebih efektif dalam menarik perhatian investor dan mencerminkan ekspektasi pasar terhadap nilai perusahaan di masa depan.

Selain itu, pemanfaatan variabel independent seperti ukuran perusahaan dan *price earning ratio*, dan kebijakan dividen didasarkan atas belum ada penelitian yang hanya menggabungkan ketiga variabel tersebut secara bersamaan untuk meneliti pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memusatkan perhatian pada subsektor makanan dan minuman, yang merupakan sektor penting dan terus berkembang di Indonesia, namun masih sedikit diteliti. Perbedaan lain juga terletak dalam kriteria pemilihan sampel, dalam penelitian ini kriteria pemilihan sampel lebih spesifik sehingga dapat membantu mengisi kesenjangan dalam literatur sebelumnya. Penelitian ini juga berpotensi untuk mengisi celah yang ada pada literatur sebelumnya.

Hasil temuan sebelumnya membuktikan bahwasanya pengaruh ukuran perusahaan, price earning ratio, dan kebijakan dividen bagi nilai perusahaan masih beragam dan belum konsisten. Oleh karena itu, pemilihan ketiga variabel sebagai variabel independen didalam kajian studi ini didasarkan oleh inkonsistensi hasil penelitian terdahulu yang juga menjadi celah (*research gap*) dan juga *novety* dalam penelitian ini sehingga, peneliti menjadi tertarik menguji kembali untuk membuktikan hasil yang lebih konsisten dari penelitian sebelumnya.

Pemilihan ketiga variabel independen dalam penelitian ini juga didasarkan karena faktor-faktor ini dapat membantu investor untuk melakukan penilaian terhadap perusahaan yang juga sering menjadi perhatian utama investor dalam menilai perusahaan (Sa'adah, 2024). Variabel independen yang digunakan dalam kajian studi inipun bisa dimanfaatkan selaku informasi untuk membantu investor dalam mengambil keputusan investasi dan ekonomi yang akan bermanfaat bagi investor supaya tahu kapan harus menjual atau membeli sahamnya. Temuan inipun dilaksanakan dengan bertujuan dapat membuktikan hasil yang lebih konsisten atas penelitian-penelitian terdahulu yang juga menjadi *research gap* dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan juga didasarkan atas permasalahan-permasalahan yang terjadi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman pada periode 2021-2023, Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti menganggap topik ini penting untuk dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Price earning ratio (PER)*, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Pada BEI Periode 2021-2023”

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berlandaskan latar belakang tersebut, peneliti merumuskan masalah seperti dibawah ini:

1. Kenaikan harga bahan baku yang digunakan dalam kegiatan produksi produk olahan perusahaan makanan dan minuman yang mengakibatkan kenaikan pada biaya produksi, biaya operasional dan juga biaya logistik.
2. Mekuatnya nilai tukar dollar AS terhadap Rupiah dan juga perang antara Rusia dan Ukraina berimbas pada kenaikan harga bahan baku.
3. Penekanan margin laba perusahaan sebagai imbas dari kenaikan bahan baku yang menyebabkan penurunan laba bersih.
4. Terjadi disrupsi *supply chain* akibat perang antara Rusia dan Ukraina serta pasca pulih dari pandemi dimana permintaan tidak berbanding lurus dengan persediaan.
5. Terdapat ketidakkonsistenan antara hasil-hasil penelitian sebelumnya terkait pengaruh ukuran perusahaan, price earning ratio, dan kebijakan dividen bagi nilai perusahaan.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tetap fokus pada topik utama dan guna menghindari pembahasan meluas pada permasalahan yang lain maka penulis memfokuskan permasalahan utama agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Sehingga, dalam penelitian ini dibatasi pembahasan yang berfokus hanya pada subsektor makanan dan minuman didasarkan atas hal bahwa perusahaan ini bergerak dalam bidang pokok kebutuhan masyarakat sehingga akan dibutuhkan pada saat kapan pun dan menjadi salah satu penunjang perekonomian Indonesia. Penelitian juga hanya dilakukan dengan menggunakan variabel independent ukuran perusahaan, *price*

earning ratio dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan karena ketiga variabel independen ini merupakan faktor yang dapat digunakan oleh investor sebagai penilaian terhadap perusahaan dan untuk mengetahui pada saat kapan cocok untuk menjual atau membeli saham. Periode 2021-2023 digunakan karena pada periode ini telah terjadi perubahan dan permasalahan pada subsektor makanan dan minuman sehingga menarik dilakukannya analisis variabel.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berlandaskan uraian latar belakang diatas, demikian rumusan masalah yang diajukan ialah:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
2. Apakah *Price earning ratio (PER)* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?
3. Apakah Kebijakan Dividen berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini disusun berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan yang telah dipaparkan, berikut tujuannya mencakup:

1. Untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

2. Untuk menguji pengaruh *Price earning ratio (PER)* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.
3. Untuk menguji pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil temuan inipun diharap mampu memberi kegunaan untuk para pembaca baik itu manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Terdapat pula kegunaan yang dihasilkan melalui dilakukannya penelitian ini diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
Hasil studi ini diharap mampu memperluas pengetahuan dan wawasan bagi penulis, dapat memperkuat penelitian yang terdahulu, serta diharapkan agar dapat memberikan kontribusi pengembangan terhadap literatur-literatur lain termasuk dalam bidang akuntansi khususnya mengenai nilai perusahaan. Serta kajian studi ini diharap bisa dapat dijadikan sebagai referensi untuk penulis berikutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi perusahaan, kajian studi ini diharap mampu menjadi referensi untuk menetapkan keputusan dan penetapan kebijakan yang bertujuan memajukan nilai perusahaan.
 - b. Bagi investor, studi ini diharap mampu dijadikan selaku sumber informasi yang bisa berkontribusi untuk mengambil keputusan ketika hendak berinvestasi di perusahaan.

- c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bacaan serta dapat dimanfaatkan lebih lanjut dan dijadikan sebagai sumber informasi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian terkait lebih lanjut.

