

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Negara Indonesia, Perusahaan sektor manufaktur memiliki peran penting dalam perekonomian nasional yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi negara dengan kegiatan utama yang berfokus pada pengolahan bahan mentah menjadi produk yang siap dipasarkan kepada konsumen. Sektor ini berperan penting dalam membantu Indonesia keluar dari *middle income trap* (perangkap pendapatan menengah), dengan meningkatkan produktivitas dan mendorong daya saing ekonomi secara keseluruhan (Yusuf, 2023). Industri manufaktur di Indonesia memiliki potensi untuk menjadi salah satu sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional (Nuryasin, 2024).

Menurut pernyataan yang disampaikan oleh Presiden terpilih Prabowo Subianto, fokus utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun pertama adalah perhatian kita terhadap sektor pertanian, produksi pangan, distribusi pangan, serta energi. Untuk itu, negara-negara berpendapatan menengah perlu menjalankan transformasi dan merumuskan strategi yang mengutamakan peningkatan investasi serta pengembangan inovasi (Nurmutia, 2024). Tren investasi di sektor manufaktur Indonesia terus meningkat dalam satu dekade terakhir, mencerminkan tingginya kepercayaan investor global terhadap potensi pertumbuhan industri manufaktur di Indonesia (manufacturingindonesia.com, 2024). Dengan meningkatnya permintaan baik di pasar domestik maupun global,

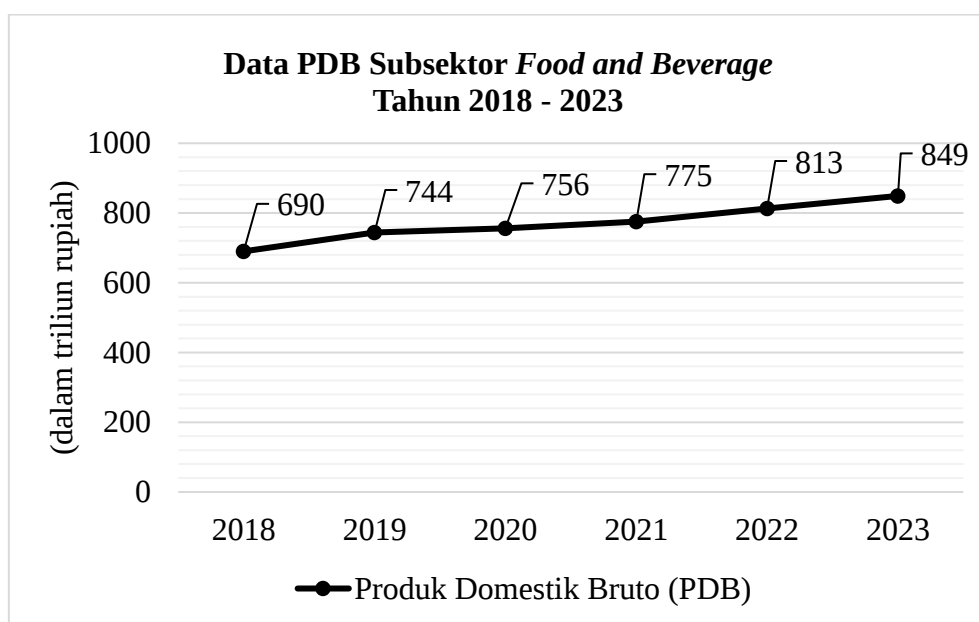
industri manufaktur di Indonesia terus memperluas jangkauan produk dan subsektornya. Salah satu bagian penting dari industri manufaktur ini adalah sektor *consumer non-cyclicals*.

Sektor *consumer non-cyclicals* (konsumen primer) merupakan salah satu bagian dari industri manufaktur. Perusahaan dalam sektor ini merupakan perusahaan yang memproduksi atau mendistribusikan barang dan jasa yang bersifat anti-siklus atau barang-barang primer. Permintaan untuk barang dan jasa ini tetap stabil dan tidak terpengaruh oleh fluktuasi ekonomi, sehingga barang-barang tersebut tetap dibutuhkan oleh konsumen terlepas dari kondisi pertumbuhan ekonomi (Dwicahtyani et al., 2022). Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* ini terdiri dari beberapa subsektor yaitu *food and staples retailing*, *food and beverage*, *tobacco*, dan *nondurable household products* (idx.co.id, 2023).

Perusahaan subsektor *food and beverage* menjadi perusahaan yang diprioritaskan oleh pemerintah dalam mendorong industri sebagai penggerak ekonomi nasional. Subsektor *food and beverage* ini memiliki keunggulan dibandingkan subsektor lainnya, karena perusahaan *food and beverage* dapat bertahan di tengah kondisi perekonomian Indonesia yang tidak menentu, bahkan terjadi krisis sekalipun sehingga beberapa investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam subsektor *food and beverage* ini (Sholehuddin et al., 2019). Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor, hingga penyerapan tenaga kerja (Purwanto, 2023). Hal ini

kemudian mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan subjek perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023.

Peran dalam menentukan kontribusi suatu perusahaan subsektor *food and beverage* terlihat dari Produk Domestik Bruto (PDB). Berikut ini merupakan data PDB subsektor *food and beverage* pada tahun 2018-2023 yang ditunjukkan oleh Gambar 1.1.



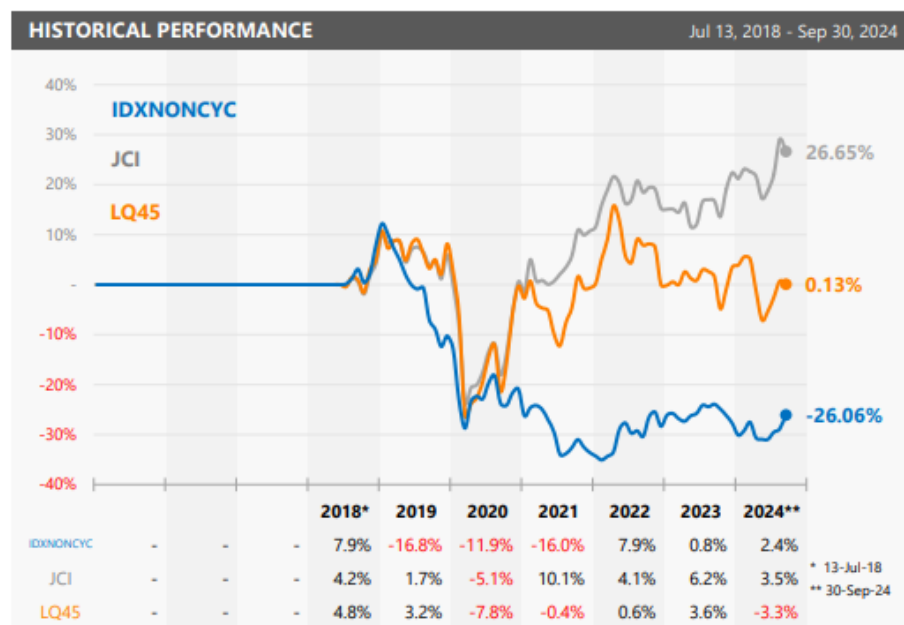
Sumber: Badan Pusat Statistik, 2024 (data diolah)

Gambar 1.1
Grafik PDB Subsektor Food and Beverage Tahun 2018-2023

Berdasarkan data yang diperoleh melalui Badan Pusat Statistik (BPS), Produk Domestik Bruto (PDB) subsektor *food and beverage* selama 6 tahun dari tahun 2018-2023 menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. PDB atas dasar harga konstan (ADHK) pada subsektor *food and beverage* pada tahun 2020

sebesar RP755,91 triliun. Nilai ini naik sebesar 1,58% dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu sebesar Rp744,14 triliun. Kenaikan PDB tersebut dikarenakan adanya beberapa perusahaan yang masih tumbuh positif di tengah terjadinya pandemi covid-19 karena subsektor *food and beverage* merupakan salah satu penunjang kebutuhan dasar kehidupan manusia.

Dengan adanya peningkatan PDB subsektor *food and beverage* yang konsisten selama enam tahun terakhir, subsektor ini memberikan kontribusi yang semakin besar terhadap perekonomian Indonesia. Namun, meskipun PDB subsektor *food and beverage* terus meningkat, terdapat masalah yang perlu dicermati terkait fluktuasi nilai perusahaan di subsektor ini. Masalah tersebut dapat dilihat pada grafik di bawah ini:



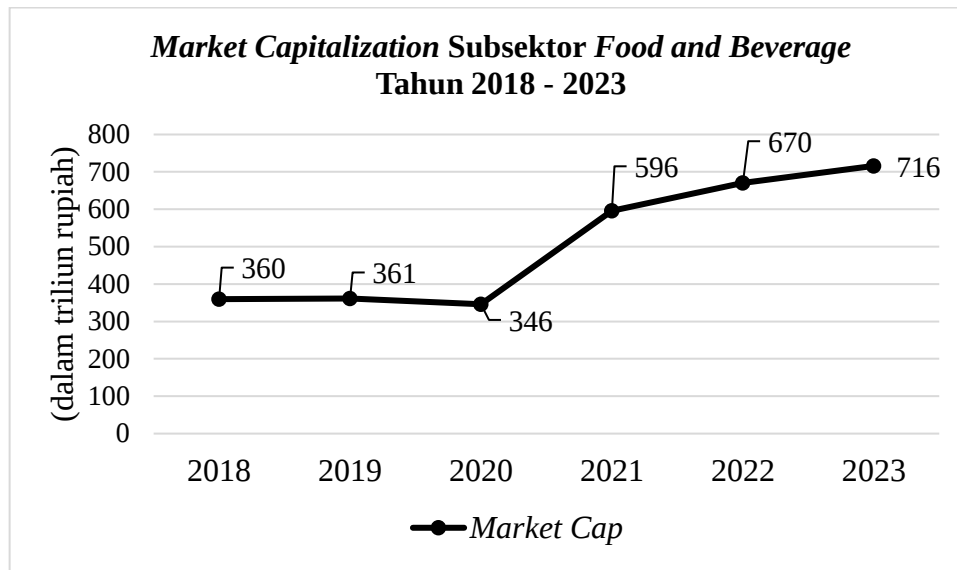
Sumber: Publikasi Bursa Efek Indonesia, 2024

Gambar 1.2

***Historical Performance IDX Sektor Consumer Non-Cylical
per September 2024***

Gambar tersebut menunjukkan bahwa terjadi fluktuasi kinerja saham pada kurun waktu 2018-2024 pada sektor *consumer non-cyclicals*. Penurunan dimulai pada tahun 2018 menuju 2019, yang mana pada tahun 2018 masih berada pada titik positif 7,9% kemudian turun drastis pada tahun 2019 hingga titik negatif 16,8%. Pada tahun 2020 sedikit membaik ke titik negatif 11,9% namun kembali turun ke titik negatif 16,0% pada tahun 2021. Kemudian sektor ini kembali naik ke angka positif pada tahun 2022 yang berada di titik 7,9%, tetapi kembali turun ke titik 0,8% pada tahun 2023 dan kembali naik ke titik 2,4% pada September 2024.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa sektor *consumer non-cyclicals* mengalami kinerja saham yang kurang stabil pada rentang waktu tersebut, hal ini mengindikasikan adanya ketidakstabilan harga saham pada perusahaan-perusahaan *consumer non-cyclicals*, terlebih lagi di bidang subsektor *food and beverage*. Penurunan kinerja saham sektor tersebut dapat dipengaruhi salah satunya oleh penurunan harga saham dari perusahaan-perusahaan berkapitalisasi besar dalam sektor tersebut (Khayati et al., 2022). Selain itu, masalah yang terjadi di subsektor *food and beverage* jika dilihat dari *market capitalization* tahun 2018-2023 yaitu sebagai berikut:



Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2024 (data diolah)

Gambar 1.3
Grafik Market Capitalization Subsektor Food and Beverage
Tahun 2018-2023

Berdasarkan data *market capitalization* subsektor *food and beverage* pada tahun 2018-2023 menunjukkan bahwa pada tahun 2019, *market capitalization* perusahaan mengalami kenaikan sebesar 0,28% dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu menjadi Rp361 triliun. Akibat adanya pandemi covid-19, performa perusahaan menurun signifikan sehingga pada tahun 2020 *market capitalization* perusahaan mengalami penurunan harga terendah sebesar 4,16% menjadi Rp346 triliun. Namun, *market capitalization* subsektor *food and beverage* berangsur naik pada tahun 2021 hingga tahun 2023.

Adanya fluktuasi harga saham di subsektor tersebut menjadi masalah yang menarik untuk dibahas, terutama terkait dengan perubahan harga saham pada perusahaan-perusahaan berkapitalisasi besar dalam subsektor ini. Harga saham di

pasar modal dapat mencerminkan nilai sebuah perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin besar nilai perusahaan, yang juga menunjukkan terjaminnya kesejahteraan pemegang saham serta meningkatnya kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan (Santioso dan Howard, 2022). Perusahaan tentunya akan berupaya untuk memiliki nilai perusahaan yang terus mengalami peningkatan.

Pertumbuhan nilai perusahaan dari tahun ke tahun mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola dan menjalankan operasional bisnisnya (Barokah et al., 2023). Semakin tinggi nilai perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dianggap lebih menarik dan bernilai di mata calon investor (Fiorentina dan Idayati, 2022). Akan tetapi, jika dilihat dari kedua masalah yang berkaitan dengan harga saham di atas, nilai perusahaan ini masih sering terjadi fluktuatif. Hal ini membuat para pengelola perusahaan perlu menerapkan strategi terbaik untuk memaksimalkan nilai perusahaan agar dapat menarik para investor dan kesejahteraan pemegang saham dapat terpenuhi. Kegagalan perusahaan dalam meningkatkan nilai sering kali disebabkan oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang diyakini berpengaruh signifikan adalah ukuran perusahaan, di mana perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki keunggulan dalam akses pendanaan dan stabilitas operasional (Luh et al., 2019).

Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan berbagai indikator, seperti total aset, total penjualan bersih, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aset. Semakin besar total aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Saddam dan Sarwani, 2021). Semakin besar ukuran

perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut menarik perhatian lebih banyak investor (Suardana et al., 2020). Hal ini disebabkan oleh kecenderungan perusahaan besar memiliki kondisi yang lebih stabil, sehingga memberikan rasa aman bagi investor. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Siregar dan Dalimunthe, (2019), KN et al., (2023), Lestari et al., (2023), Galih et al., (2023), Safaruddin et al., (2023), Luh et al., (2019), serta oleh Pangesti et al., (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Siagian et al., (2022), Suhendar dan Paramita, (2024), Fauzi & Rasyid, (2019), serta oleh Fiorentina & Idayati, (2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain ukuran perusahaan, faktor lain yang dapat memengaruhi naik turunnya nilai perusahaan adalah kebijakan dividen. Kebijakan ini memiliki peran yang krusial karena melibatkan dua kelompok dengan kepentingan yang berbeda, yaitu pemegang saham eksternal dan pihak internal perusahaan, seperti manajemen atau pemegang saham mayoritas. Menurut Sudana, (2015:193) pembagian dividen yang lebih besar dapat memberikan sinyal positif kepada investor, karena dapat memengaruhi pergerakan harga saham. Perusahaan yang mampu membagikan dividen besar cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang tinggi dari para investor (Fiorentina dan Idayati, 2022). Besarnya dividen yang akan dibagikan oleh perusahaan bergantung pada kebijakan internal masing-masing, sehingga keputusan manajemen menjadi faktor utama.

Menurut Lumopa et al., (2023) dividen yang stabil atau meningkat dapat memperkuat kepercayaan investor karena hal ini memberikan sinyal positif tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang terus bertumbuh, yang dapat berdampak pada kenaikan harga saham. Selain itu, pembayaran dividen sering kali dianggap sebagai indikator bahwa kondisi perusahaan sedang baik dan memiliki prospek yang menjanjikan di masa mendatang. Kebijakan dividen memengaruhi nilai perusahaan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Fajaria et al., (2018), KN et al., (2023), Hariyanur et al., (2022), Siregar dan Dalimunthe, (2019), Widyawati, (2018), serta oleh Simanjuntak dan Hasibuan, (2023) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan hasil penelitian oleh Siagian et al., (2022), Galih et al., (2023), Suhendar dan Paramita, (2024), serta oleh Fiorentina dan Idayati, (2022) yang menyatakan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain ukuran perusahaan dan kebijakan dividen, faktor selanjutnya yang dapat meningkatkan atau menurunkan nilai suatu perusahaan yaitu faktor lingkungan. Faktor lingkungan, khususnya terkait kinerja lingkungan perusahaan, merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan oleh para pemangku kepentingan salah satunya melalui penerapan *eco-efficiency*. Standar ISO 14001 dipilih sebagai indikator pengukuran *eco-efficiency* karena merupakan standar internasional yang diakui secara luas untuk Sistem Manajemen Lingkungan, dengan fokus pada pengelolaan dampak lingkungan secara efektif. Standar ini mendorong pengurangan emisi, limbah, dan penggunaan energi, yang selaras

dengan tujuan *eco-efficiency* untuk meningkatkan efisiensi sumber daya sambil meminimalkan dampak lingkungan. Menerapkan *eco-efficiency* menggunakan standar ISO 14001 membantu perusahaan menjalankan bisnis secara lebih efektif dan efisien dengan menghemat waktu dan biaya, sehingga praktik *eco-efficiency* yang diterapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Dewi dan Rahmianingsih, 2020). Oleh karena itu, perusahaan perlu merencanakan langkah-langkah pelestarian lingkungan dengan menerapkan konsep *eco-efficiency*. Konsep ini memungkinkan perusahaan untuk mengelola sumber daya secara efisien sekaligus meminimalkan dampak lingkungan, sehingga mendukung keberlanjutan dan kinerja keuangan yang lebih baik (Rosiliana dan Dewi, 2023).

Mengurangi dampak terhadap lingkungan atau memulihkan ekosistem memberikan beban yang besar pada sumber daya perusahaan. Beban ini menghasilkan biaya yang perlu dipertanggungjawabkan, yang pada akhirnya mendorong penerapan konsep *eco-efficiency* (Meutia et al., 2019). Penerapan konsep *eco-efficiency* dalam operasional mereka berpotensi pada meningkatnya citra mereka di mata investor, yang kemudian berkontribusi positif terhadap nilai perusahaan (Aulia dan Machdar, 2023). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Rahmianingsih, (2020), Wandasari dan Darmawati, (2021), Septianingrum, (2022), serta oleh Panggau dan Septiani, (2017) menyatakan bahwa *eco-efficiency* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian oleh Silaban dan Dewi, (2023) serta Trisyanto, (2024) yang menyatakan bahwa *eco-efficiency* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan *Eco-Efficiency* Terhadap Nilai Perusahaan (Survei pada Perusahaan Subsektor *Food and Beverage* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah yang merupakan gambaran ruang lingkup pembahasan penelitian yaitu:

1. Bagaimana ukuran perusahaan, kebijakan dividen, *eco-efficiency*, dan nilai perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2023?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan *eco-efficiency* secara simultan terhadap nilai perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2023?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan *eco-efficiency* secara parsial terhadap nilai perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana ukuran perusahaan, kebijakan dividen, *eco-efficiency*, dan nilai perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2023;
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan *eco-efficiency* secara simultan terhadap nilai perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2023;
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan *eco-efficiency* secara parsial terhadap nilai perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2023.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Penelitian ini disusun dengan harapan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan *eco-efficiency* terhadap nilai perusahaan di perusahaan subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2023 kepada yang berkepentingan baik sebagai tambahan bahan bacaan, referensi, ataupun sebagai bahan masukan serta perbandingan yang dapat digunakan baik untuk penelitian-penelitian selanjutnya maupun untuk bahan ajar.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif dan mendalam mengenai berbagai faktor penting yang berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan, di antaranya adalah ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan penerapan konsep *eco-efficiency*, sehingga faktor-faktor tersebut dapat dijadikan sebagai fokus utama dalam strategi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan dan menciptakan daya saing yang lebih unggul di pasar.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan subsektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023 dengan memperoleh data-data yang diperlukan dari situs Bursa Efek Indonesia, situs resmi perusahaan terkait, dan situs pendukung lainnya.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari Bulan September 2024 sampai dengan Februari 2025 dengan rincian seperti pada lampiran 1.