

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasca pandemi COVID-19 perusahaan menghadapi tantangan dalam menjaga stabilitas kinerja keuangan. Melonjaknya permintaan konsumen, kendala pasokan, dan dukungan ekonomi pada masa pandemi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan harga tanpa tanpa kehilangan pelanggan, sehingga profit perusahaan tetap terjaga. Namun, memasuki tahun 2023 ekonomi global mengalami perubahan yang signifikan. Inflasi mulai melambat, rantai pasokan kembali stabil, dan daya beli masyarakat yang menurun karena tekanan ekonomi. Menurut laporan CNBC (2023), perusahaan di berbagai sektor mulai kehilangan kemampuan penetapan harga (*pricing power*), yakni kapasitas untuk meningkatkan harga produk tanpa menghilangkan volume penjualan. Hilangnya kemampuan perusahaan dalam melakukan tawar - menawar harga sehingga kesulitan menutupi peningkatan biaya produksi, tenaga kerja, dan distribusi yang pada akhirnya menekan margin laba secara signifikan.

Perubahan cara konsumen berperilaku menjadi isu yang rumit pada pasca pandemi ini. Konsumen cenderung sensitif terhadap harga dan sering memilih produk alternatif yang lebih terjangkau, bahkan menunda pembelian saat harga masih tinggi. Pada kondisi yang sama, biaya operasional perusahaan masih tinggi karena tekanan kenaikan upah dan inflasi pada biaya produksi yang belum stabil. Kondisi ini menciptakan kesulitan bagi perusahaan seperti meningkatkan harga menyebabkan permintaan konsumen yang menurun. Sedangkan, kemampuan

dalam mempertahankan harga menyebabkan profitabilitas perusahaan yang menurun. Fenomena ini terjadi pada perusahaan sektor ritel, otomotif, *food and beverages*, dan media, di mana persaingan harga semakin tinggi, dan efisiensi operasional harus tetap stabil. Menurut laporan CNBC (2024), perusahaan sub sektor *food and beverages* menghadapi tekanan penurunan daya beli masyarakat, yang berdampak pada strategi penetapan harga, aktivitas penjualan, dan usaha mempertahankan margin keuntungan di tengah konsumsi yang melemah. Situasi ekonomi yang berfluktuasi ini menuntut dunia usaha untuk mampu menjaga kinerja perusahaan di masa yang akan datang seperti konsisten dalam mengelola keuangan dan mempertahankan kepercayaan investor. Aspek penting pada nilai perusahaan yang mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menciptakan kesejahteraan bagi pemegang saham (Laksono & Wahidahwati, 2024). Menurut Rahmadi (2020) nilai sebuah perusahaan mencerminkan keberhasilan perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari investor dan pertumbuhan.

Nilai perusahaan merupakan aspek fundamental dalam dunia keuangan dan investasi yang mencerminkan sejauh mana pasar menilai kinerja, reputasi, dan prospek pertumbuhan suatu bisnis. Nilai perusahaan tidak hanya menggambarkan hasil operasional yang telah dicapai, tetapi juga mencerminkan ekspektasi investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah di masa yang akan datang. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan yaitu melalui evaluasi nilai perusahaan yang berpengaruh pada harga sahamnya (Mulyadi & Rinaldo, 2025). Tujuan utama yang ingin dicapai

manajemen adalah meningkatkan nilai perusahaan, karena nilai tersebut berkaitan dengan kesejahteraan pemegang saham serta kemampuan perusahaan untuk menarik investor baru (Anggraini et al., 2021). Nilai perusahaan juga menjadi salah satu ukuran keberhasilan strategi keuangan yang diterapkan oleh manajemen, termasuk dalam hal pengelolaan aset, struktur modal, dan kebijakan dividen (Laksono & Wahidahwati, 2024).

Perusahaan dengan pengelolaan keuangan yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam persepsi investor (Yuniningsih et al., 2019). Nilai perusahaan dikatakan meningkat ini menandakan bahwa investor menilai positif kinerja suatu perusahaan yang disebabkan oleh peningkatan profitabilitas, efisiensi pengelolaan aset, transparansi laporan keuangan, serta kebijakan dividen yang konsisten (Purnomo et al., 2023). Meningkatnya nilai perusahaan ini diikuti dengan meningkatnya minat investor untuk berinvestasi yang dapat memengaruhi dampak positif terhadap harga saham. Nilai perusahaan juga dapat dikatakan menurun, ketika pasar melihat bahwa perusahaan mengalami penurunan kinerja, tingginya beban hutang, atau strategi bisnis yang tidak efektif. Seiring berjalannya waktu, nilai perusahaan dapat mengalami perubahan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi pasar yang dinamis, kinerja keuangan, inovasi produk, manajemen resiko, akibatnya investor menjadi ragu terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Selain itu faktor internal seperti kualitas manajemen, kinerja keuangan, serta reputasi perusahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan (Cahyadi & Ruslim, 2024). Menurut ACGA (2021) kurangnya kualitas standar pelaporan keuangan dan pelaporan

keberlanjutan serta terjadinya kasus mengenai tata kelola perusahaan menyebabkan rendahnya posisi ekonomi di Indonesia. Nilai perusahaan menunjukkan kinerja suatu perusahaan di masa mendatang dalam persepsi investor. Nilai perusahaan yang tinggi artinya semakin besar tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan yang mampu menghasilkan laba dan meningkatkan jumlah aset pada masa yang akan datang. Sebaliknya, nilai perusahaan yang rendah menunjukkan penilaian saham dalam posisi *undervalued* yang dapat disebabkan oleh kinerja keuangan yang belum optimal atau kondisi pasar yang tidak mendukung.

Subsektor *food and beverages* merupakan salah satu kontributor utama dalam industri manufaktur dan berperan penting terhadap perekonomian Indonesia. Sektor ini memiliki ketahanan yang relatif baik karena ditopang oleh permintaan domestik yang tinggi serta perannya dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Subsektor *food and beverages* menjadi penyumbang terbesar terhadap pertumbuhan industri manufaktur nonmigas dengan kontribusi mencapai lebih dari 38% pada tahun 2021 menunjukkan peran strategisnya dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi COVID-19 (Kementerian Perindustrian, 2022). Kondisi ini membuat subsektor *food and beverages* sangat sensitif terhadap perubahan harga bahan baku, baik yang berasal dari pasar domestik maupun internasional. Ketergantungan industri *food and beverages* pada bahan baku impor menimbulkan kerentanan terhadap fluktuasi harga dan pasokan, sehingga perusahaan perlu melakukan diversifikasi produk dan inovasi operasional untuk menjaga profitabilitas (Lagaida & Novianti, 2022).

Karakteristik perusahaan *food and beverages* yang memiliki aset berwujud relatif besar dan stabil, sehingga nilai buku perusahaan dapat menggambarkan kondisi perusahaan. Nilai perusahaan juga mampu menggambarkan efektivitas manajemen dalam mengelola aset serta mencerminkan persepsi pasar secara langsung terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan merupakan laporan keuangan yang terdaftar di BEI periode 2021-2024 pada perusahaan subsektor *food and beverages*. Berikut merupakan rata - rata nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI :

Tabel 1.1 Data Nilai Perusahaan Subsektor Food and Beverages

KETERANGAN	NILAI PERUSAHAAN			
	2021	2022	2023	2024
TOTAL	138,13	172,84	173,65	140,11
RATA - RATA	1,95	2,08	1,89	1,56
PERTUMBUHAN		0,14	-0,19	-0,33

Sumber : Bursa Efek Indonesia, Lampiran (Data diolah)

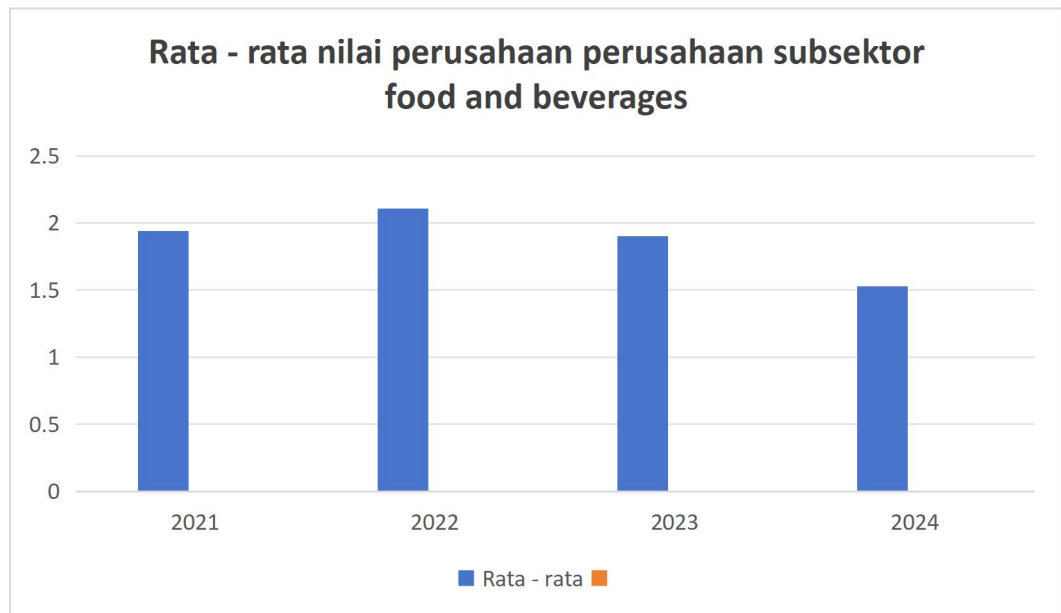
Berdasarkan tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* pada periode 2021 - 2024 mengalami penurunan. Rata - rata pada periode 2021 sebanyak 1,95, lalu pada periode 2022 meningkat 2,08 pada periode 2023 menurun 1,89, dan periode 2024 juga menurun 1,56. Data pada perusahaan subsektor *food and beverages* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 - 2024 terlihat adanya pergerakan nilai perusahaan yang berfluktuasi pada sebagian perusahaan. Beberapa perusahaan menunjukkan peningkatan signifikan, sementara yang lain mengalami penurunan atau pergerakan yang tidak stabil.

PT Sariguna Primatirta Tbk merupakan perusahaan yang mengalami kenaikan nilai perusahaan secara konsisten dan fluktuatif dari 5,63 pada 2021 lalu

meningkat menjadi 9,79 pada tahun 2024. Peningkatan ini mencerminkan meningkatnya kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan dan ekspansi bisnis perusahaan. PT Cisarua Mountain Dairy Tbk juga menunjukkan pola yang fluktuatif dengan nilai perusahaan sebesar 5,74 pada 2021, meningkat menjadi 6,35 pada 2024. PT FAP Agri Tbk juga menunjukkan peningkatan nilai perusahaan dari 3,66 (2021) meningkat menjadi 5,09 (2024) yang menggambarkan prospek jangka panjang yang dinilai baik oleh investor.

Terdapat beberapa perusahaan juga menunjukkan penurunan nilai perusahaan seperti PT Astra Agro Lestari Tbk mengalami penurunan dari 0,67 pada tahun (2021) lalu menurun 0,51 pada tahun (2024). PT Akasha Wira International Tbk mengalami fluktuasi yang cukup tajam dari 2,00 pada tahun (2021), lalu meningkat menjadi 3,48 pada tahun (2022), kembali menurun menjadi 2,38 pada tahun (2024). Sementara PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk juga mengalami penurunan dari 0,81 pada tahun (2021) menurun menjadi 0,65 pada tahun (2024). Hal tersebut mencerminkan melemahnya persepsi pasar akibat penurunan harga komoditas dan tantangan efisiensi produksi. Fenomena fluktuasi nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* selama periode 2021-2024 menggambarkan bahwa kinerja pasar modal sektor ini masih dipengaruhi oleh faktor kondisi ekonomi makro, harga bahan baku, dan tingkat konsumsi masyarakat. Rata-rata angka nilai perusahaan dapat dilihat pada grafik yang disajikan di bawah ini :

Gambar 1.1 Grafik rata-rata nilai perusahaan Subsektor *Food And Beverages*



Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data diolah)

Berdasarkan grafik 1.1 angka pertumbuhan nilai perusahaan selalu mengalami penurunan pada periode 2022-2024. Pada periode 2022 meningkat 0,14 pada periode 2023 menurun -0,19 dan pada periode 2024 juga menurun -0,33. Penurunan yang signifikan menunjukkan persepsi pasar terhadap kinerja pada sektor ini juga menurun. Meskipun secara eksternal sub sektor *food and beverages* tetap berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan mencatat peningkatan pendapatan, penurunan nilai perusahaan menandakan adanya ketidakseimbangan antara kinerja fundamental perusahaan dengan penilaian pasar modal. Menurut Murti & Maharani (2024) meningkatnya persaingan perdagangan global membuat industri makanan dan minuman mengalami penurunan dalam tingkat keuntungan yang berdampak pada nilai perusahaan. Bahkan, sebagian perusahaan masih mencatatkan nilai perusahaan di bawah 1, yang menandakan perusahaan tersebut undervalued dan kurang

menarik bagi investor. Fenomena ini terjadi ketika investor mempersepsikan risiko operasional atau biaya yang meningkat lebih tinggi daripada potensi laba. Faktor nilai perusahaan yang digunakan pada penelitian ini antara lain profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI.

Teori sinyal menurut Brigham dan Houston (2019) yang berupa *asymmetric information* yaitu kondisi ketika perusahaan lebih memiliki informasi baik untuk pandangan masa depan perusahaan daripada investor. Sinyal tersebut berupa tindakan manajemen suatu perusahaan dalam memberikan sinyal kepada investor untuk menilai prospek perusahaan terkait pengelolannya. Perusahaan yang memiliki kinerja baik cenderung memberikan sinyal positif seperti peningkatan laba, pembagian dividen yang stabil, serta pengelolaan aset yang efisien. Sebaliknya, perusahaan dengan kinerja buruk cenderung mengalami kerugian, maka perusahaan sedang berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal negatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (2024) menunjukkan bahwa sinyal yang diberikan melalui peningkatan profitabilitas dan pembagian dividen sebagai indikator prospek pertumbuhan perusahaan, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dividen dianggap sebagai sinyal komitmen manajemen terhadap profitabilitas jangka panjang. Sinyal yang diberikan manajemen berupa laporan laba yang meningkat akan meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada harga saham serta nilai perusahaan

(Tambunan, 2025). Sinyal - sinyal ini direspon oleh pasar dalam bentuk meningkatnya laba dan perubahan harga saham sehingga *signalling theory* menjadi dasar untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan tolak ukur utama kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya serta mencerminkan efisiensi manajemen dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Tingkat profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset, modal, biaya operasional secara efektif untuk menciptakan laba bersih yang berkelanjutan. Profitabilitas digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan dan keberhasilan manajemen dalam menciptakan nilai ekonomi (Ardianto, 2023). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang bagus dan dapat memberikan return saham yang besar (Lutfita & Takarini, 2021)

Berdasarkan *signalling theory*, informasi laba yang disampaikan melalui laporan keuangan berfungsi sebagai sinyal bagi pihak eksternal mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi dan stabil dipersepsikan sebagai sinyal positif atas kinerja manajemen, efisiensi operasional, serta kemampuan perusahaan dalam menciptakan arus kas yang berkelanjutan. *Signalling theory* menjadi dasar bagi investor dalam menilai prospek perusahaan dan tingkat pengembalian yang diharapkan, sehingga profitabilitas digunakan dalam menilai daya tarik dan kepercayaan pasar terhadap perusahaan (Nissa et al., 2025). Hal tersebut didukung dengan

penelitian oleh Novianti (2024) ditemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017 - 2021 dan penelitian oleh Nurhaliza & Azizah (2023) hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan periode 2016 - 2020. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti et al., (2023) yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan profitabilitas berperan sebagai kinerja fundamental yang penting bagi perusahaan, meskipun dampak terhadap perusahaan berbeda - beda karena bergantung pada strategi keuangan perusahaan dan kondisi pasar memandang laba yang dihasilkan.

Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki tanpa mengganggu kelangsungan operasional perusahaan. Perusahaan dikatakan likuid apabila aset lancar lebih besar daripada seluruh kewajibannya yang dimiliki (Utami & Kushermanto, 2024). Likuiditas yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko keuangan jangka pendek dan menjaga stabilitas operasional. Berdasarkan *signalling theory* tingkat likuiditas yang disajikan dalam laporan keuangan berfungsi sebagai sinyal bagi investor mengenai kesehatan dan stabilitas keuangan perusahaan. Likuiditas yang tinggi dipersepsikan sebagai sinyal positif atas kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan mengelola aset

lancar secara efisien, sehingga meningkatkan kepercayaan investor. Sebaliknya, likuiditas yang rendah dapat menurunkan persepsi pasar terhadap stabilitas perusahaan dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Jeremia & Arif, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Sarma & Handayani (2025) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 - 2022 dan penelitian yang dilakukan Wahyuningrum & Sunarto (2024) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa likuiditas yang memadai tidak hanya berperan dalam meminimalkan risiko operasional, tetapi juga memperkuat persepsi pasar terhadap stabilitas dan keberlanjutan kinerja perusahaan. Namun bertentangan dengan hasil penelitian Santoso & Junaeni (2022) pada perusahaan LQ45 periode 2018-2020 menunjukkan bahwa tingkat likuiditas yang terlalu tinggi tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena mencerminkan adanya dana menganggur yang tidak dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan investasi yang menghasilkan laba. Tingkat likuiditas yang optimal mencerminkan keseimbangan antara kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan efektivitas penggunaan aset dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya skala operasi dan kapasitas ekonomi perusahaan, yang menunjukkan tingkat kekuatan finansial serta kemampuan perusahaan dalam menghadapi risiko bisnis. Ukuran

perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset, penjualan, dan kapitalisasi pasar dapat menunjukkan kondisi perusahaan dimana perusahaan dengan ukuran lebih besar akan mempunyai kelebihan dalam sumber dana yang diperoleh untuk membiayai investasinya dalam menghasilkan laba (Toni & Anggara, 2021). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung lebih mudah dalam mendapatkan sumber pendanaan melalui kreditur yang telah mempercayainya (Pratama & Takarini, 2021).

Berdasarkan *signalling theory* ukuran perusahaan dapat dipandang sebagai sinyal non-keuangan mengenai stabilitas keuangan, kapasitas pertumbuhan, dan risiko bisnis perusahaan. Perusahaan berskala besar umumnya dipersepsikan memiliki risiko yang lebih rendah dan kemampuan bertahan yang lebih baik, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan minat terhadap saham perusahaan. Persepsi positif tersebut tercermin pada peningkatan harga saham yang pada akhirnya berdampak pada nilai perusahaan (Kusumaningrum & Iswara, 2022). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aziz & Widati, (2023) disebutkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur industri barang konsumsi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggita & Andayani, (2022) hasil penelitiannya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratana & Hermanto (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan dividen merupakan keputusan manajemen perusahaan mengenai seberapa besar laba bersih yang akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen, dan seberapa besar yang akan disimpan sebagai laba ditahan sebagai operasi serta investasi di masa depan. Kebijakan ini mencerminkan kondisi dan stabilitas keuangan perusahaan, di mana perusahaan dengan kinerja, keuangan yang baik cenderung mampu membagikan dividen secara konsisten (Yuniati, 2019). Berdasarkan *signalling theory* kebijakan dividen berfungsi sebagai sinyal bagi investor mengenai kinerja dan prospek perusahaan. Pembayaran dividen yang stabil dipersepsikan sebagai sinyal positif atas kondisi keuangan yang kuat, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Febiyanti & Anwar, 2022) menyatakan bahwa hasil penelitian kebijakan dividen mampu memoderasi antara profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2021; Pratama & Nurhayati, 2022) menyatakan bahwa hasil penelitian kebijakan dividen mampu memoderasi antara likuiditas terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha et al., (2020) menyatakan bahwa hasil penelitian kebijakan dividen tidak mampu memoderasi antara profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Aldi et al., (2020) menunjukkan bahwa hasil penelitian kebijakan dividen tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Faktor nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena terdapat *gap* dalam hasil penelitian yang berbeda, hal ini menyebabkan munculnya perbedaan terhadap faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada periode penelitian yang lebih baru dan pembaruan variabel penelitian yang digunakan yaitu kebijakan dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan sub sektor *food and beverages*. Mengacu pada uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali berbagai faktor yang diperkirakan dapat memengaruhi nilai perusahaan. Faktor - faktor tersebut antara lain profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Selain itu variabel baru juga ditambahkan yaitu kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. Maka, penelitian ini akan berjudul **“Analisis Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Subsektor *Food And Beverages* Yang Terdaftar di BEI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI?
2. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI?
3. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI?
4. Apakah Kebijakan Dividen mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI?
5. Apakah Kebijakan Dividen mampu memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI?
6. Apakah Kebijakan Dividen mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan

1. Untuk menganalisis apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI.
2. Untuk menganalisis apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI.
3. Untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI.
4. Untuk menganalisis apakah kebijakan dividen mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI.
5. Untuk menganalisis apakah kebijakan dividen mampu memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI.
6. Untuk menganalisis apakah kebijakan dividen mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food and beverages* yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menambah wawasan terkini terhadap literatur keuangan perusahaan yang khususnya pada sub sektor *food and beverages* yang menggunakan kebijakan dividen dalam memoderasi hubungan antara faktor internal perusahaan seperti profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor nilai perusahaan yang dimoderasi dengan kebijakan dividen pada perusahaan subsektor *food and beverages*. Penelitian ini juga dapat dijadikan acuan dalam penelitian selanjutnya seperti pengukuran variabel dan penerapan teori pada analisis di bidang keuangan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu yang khususnya pada mata kuliah keuangan. Penelitian ini memperkuat peran universitas sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan yang mengimplementasikan teori akademik dengan praktik bisnis nyata pada sub sektor *food and beverages* terhadap pertumbuhan ekonomi pada periode pasca-pandemi.