

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Bursa Efek Indonesia

Bursa efek sebagai lembaga dengan menyediakan sistem juga fasilitas untuk mempertemukan pihak yang menawarkan dan pihak yang membutuhkan dana melalui kegiatan perdagangan efek. Keberadaan bursa efek memberikan kesempatan kepada perusahaan dalam mendapat pendanaan dari masyarakat juga menjadi sarana bagi investor untuk melakukan investasi. Di Indonesia, kegiatan perdagangan efek diselenggarakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), sebuah lembaga yang terbentuk melalui rangkaian perkembangan pasar modal dalam jangka panjang.

Riwayat pasar modal Indonesia berawal pada masa pemerintahan kolonial Belanda. Pada 14 Desember 1912, Amsterdamse Effectenbeurs membuka cabang bursa efek di Batavia dengan nama *Vereniging voor de Effectenhandel*. Perkembangannya kemudian mendukung pemerintah Hindia Belanda membuka cabang bursa efek di Surabaya juga Semarang ketika tahun 1925. Namun, Perang Dunia II menyebabkan kedua bursa tersebut ditutup dan seluruh kegiatan perdagangan efek dihentikan pada 17 Mei 1940. Setelah Indonesia merdeka, pemerintah berupaya mengaktifkan kembali Bursa Efek Jakarta melalui Undang-Undang Darurat Nomor 13 Tahun 1951 yang berikutnya ditetapkan menjadi Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1952 tentang Bursa. Namun, aktivitas pasar modal kembali melemah pada periode 1958-1976 akibat kondisi politik dan nasionalisasi perusahaan Belanda (Habibi, 2022).

Pasar modal Indonesia kembali diaktifkan oleh pemerintah pada 10 Agustus 1977 berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 1976, yang ditandai dengan penawaran umum perdana saham PT Semen Cibinong menjadi perusahaan pertama yang melakukan *go public* setelah pasar modal kembali beroperasi. Meskipun demikian, perkembangan pasar modal selama periode 1977-1987 masih relatif lambat, sehingga pemerintah menerbitkan sejumlah kebijakan deregulasi untuk meningkatkan aktivitas perdagangan efek. Perkembangan pasar modal dilanjutkan dengan beroperasinya Bursa Efek Surabaya pada tahun 1989, sedangkan pengelolaan Bursa Efek Jakarta dialihkan kepada pihak swasta pada tahun 1992. Perkembangan regulasi tersebut diikuti dengan modernisasi sistem perdagangan efek melalui penerapan *Jakarta Automated Trading System* pada 1995, perdagangan tanpa warkat pada 2000, juga perdagangan jarak jauh pada 2002. Bursa Efek Jakarta serta Bursa Efek Surabaya secara resmi bergabung pada 2007 menjadi BEI. Setelah penggabungan, BEI terus memperkuat sistem perdagangan, infrastruktur, edukasi, dan perlindungan investor agar pasar modal berlangsung secara teratur, wajar, efisien, dan mudah diakses (Habibi, 2022).

2.2. Profil Perusahaan

Populasi penelitian meliputi 28 perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman dengan tercatat di BEI. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, 11 perusahaan dipilih sebagai objek penelitian untuk periode 2020-2024. Daftar perusahaan dan kode emitennya disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Perusahaan Objek Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode
1	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP

No	Nama Perusahaan	Kode
2	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
3	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA
4	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
5	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
6	PT Mulia Boga Raya Tbk	KEJU
7	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
8	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
9	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM
10	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
11	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk	ULTJ

2.2.1. PT Campina Ice Cream Industry Tbk

2.2.1.1. Riwayat Perusahaan

Campina merupakan salah satu produsen es krim lokal paling besar dalam sejarah panjang juga inovasi berkelanjutan dalam industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di Indonesia. Campina tumbuh dari usaha es krim rumahan yang dirintis Darmo Hadipranoto pada 1972 di Jalan Gembong Sawah, Surabaya. Usaha tersebut mula-mula berbentuk CV Pranoto dan menggunakan Campina sebagai merek dagang. Dikarenakan kualitas produk juga cita rasa secara istimewa, es krim Campina memperoleh sambutan positif dari pasar, dengan demikian kegiatan usaha berkembang secara bertahap.

Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar dan berkembangnya kegiatan usaha, Campina melaksanakan ekspansi melalui membuka fasilitas produksi pada Kawasan SIER, Surabaya ketika tahun 1982. Ketika tahun 1994, perusahaan bergabung dalam PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk juga memakai nama PT Campina Ice Cream Industry Tbk sesuai dengan Akta Nomor 11 tanggal 2 September 1994 yang disusun pada hadapan Notaris

Sulaimansjah, S.H. Campina kemudian melakukan penawaran umum perdana pada 2017 dan tercatat di BEI dengan kode CAMP. Dengan IPO tersebut, Campina berhasil mendapat tambahan modal dalam ekspansi bisnis, peningkatan produksi, juga perluasan jaringan distribusi pada seluruh Indonesia.

Selain mengembangkan usaha, Campina juga aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan kemasyarakatan. Perusahaan sebagai salah satu sponsor Asian Para Games 2018 di Jakarta serta mendukung program vaksinasi massal pada masa pandemi COVID-19 sebagai bentuk kontribusi terhadap pemulihan ekonomi. Di bidang lingkungan dan keberlanjutan, Campina menunjukkan komitmennya melalui penerapan program pengurangan dampak pemanasan global. Atas konsistensinya dalam menerapkan praktik usaha yang ramah lingkungan, perusahaan memperoleh penghargaan *Green Company Award* dari *Swa Magazines* pada tahun 2017 dan 2019.

Selama lebih dari lima dekade, perusahaan sudah tumbuh bersama Indonesia. Campina dengan konsisten melakukan inovasi dengan menghadirkan berbagai produk es krim terbaru, serta memanfaatkan bahan baku secara higienis juga terdapat kualitas agar menjangkau segmen konsumen secara lebih banyak. Tidak hanya itu, perusahaan semakin fokus terhadap peningkatan efisiensi operasional dari implementasi teknologi modern pada proses produksi, dengan demikian mampu meningkatkan daya saing di industri FMCG. Dengan menerapkan strategi pertumbuhan secara berkelanjutan, Campina memiliki komitmen dalam terus menciptakan es krim dengan kualitas tinggi yang selaras terhadap selera

masyarakat Indonesia, juga memperbanyak jangkauan pasar, baik pada pasar domestik atau internasional.

2.2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Campina Ice Cream Industry Tbk

“Menjadikan Perseroan, sebagai salah satu produsen es krim dan makanan beku, yang terbaik dan terbesar di Indonesia dengan senantiasa mengutamakan kepuasan para pelanggan, para pemegang saham dan para karyawan, serta memegang teguh prinsip usaha yang bersahabat dengan lingkungan.”

2. Misi PT Campina Ice Cream Industry Tbk

“Memiliki kepekaan tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar dan pelanggan, mengoptimalkan seluruh sumber daya dan aset perusahaan guna memberikan nilai lebih sebagai wujud pertanggungjawaban kepada para pemilik saham serta menjalankan usaha dengan memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitar.”

2.2.1.3. Statistik Deskriptif PT Campina Ice Cream Industry Tbk

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Campina Ice Cream Industry Tbk diringkaskan menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, juga maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.2 Statistik Deskriptif CAMP

	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	8,59	11,68	98,08
Median	8,66	11,55	93,52
Maksimum	11,70	12,50	207,47
Minimum	4,05	10,45	0,00

Sumber: Laporan Tahunan CAMP, data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 2.2, ROA PT Campina Ice Cream Industry Tbk sejumlah 8,59% untuk nilai rata-rata dalam nilai median sejumlah 8,66%. Nilai ROA paling tinggi sejumlah 11,70% pada 2023, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 4,05% terjadi pada 2020. Selisih antara kedua nilai ROA tersebut mengindikasikan perubahan kemampuan aset untuk memperoleh laba selama periode penelitian. DAR perusahaan memperoleh sejumlah 11,68% untuk rata-rata dalam median sejumlah 11,55%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 12,50 pada 2023, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 10,45% pada tahun 2021. Rentang nilai DAR yang relatif kecil menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang cenderung stabil.

Sementara itu, variabel DPR memperoleh sejumlah 98,08% untuk rata-rata dalam nilai tengah sejumlah 93,52%. Nilai DPR tertinggi mencapai 207,47% ketika tahun 2022 namun untuk nilai paling rendah sejumlah 0,00% pada tahun 2020. Rentang nilai DPR yang besar menunjukkan variasi tinggi dalam pembagian dividen selama periode penelitian. Nilai DPR yang melebihi 100% menunjukkan bahwa perusahaan membagikan dividen tunai melebihi laba bersih yang menjadi dasar pengukuran, sedangkan nilai DPR sebesar 0,00% menunjukkan bahwa perusahaan tidak membagikan dividen pada tahun tertentu.

2.2.2. PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

2.2.2.1. Riwayat Perusahaan

PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk bermula dari CV Tjahaja Kalbar yang mengolah minyak kelapa untuk melayani pasar domestik sejak 1968. Perusahaan kemudian didirikan ketika 17 Februari 1988 menurut Surat Keputusan Menteri

Kehakiman Republik Indonesia No. C2-1390.HT.01.01.TH.88. Kantor pusat perusahaan terdapat di Jl. Industri Selatan 3, Jababeka Tahap II GG Nomor 1, Pasirsari Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Pada 1996, perusahaan menawarkan saham kepada publik dengan kode CEKA, lalu pada 1998 perusahaan berubah menjadi badan hukum Perseroan Terbatas dengan nama PT Cahaya Kalbar.

PT Cahaya Kalbar bergabung ke dalam Wilmar International Limited pada 2005. Bergabungnya perusahaan ke dalam grup Wilmar International membawa perubahan signifikan, mencakup peningkatan teknologi produksi, modernisasi fasilitas pabrik, serta perluasan jaringan distribusi baik di dalam maupun luar negeri. Nama perusahaan kemudian diubah menjadi PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk pada 2013, dengan mencerminkan integrasi penuh dengan Wilmar *International* sekaligus memperkuat identitas korporat perusahaan di tingkat global.

Kegiatan utama CEKA meliputi pengolahan minyak dan lemak nabati yang mencakup produksi minyak sawit mentah, minyak inti sawit mentah, fraksinasi, pemurnian, serta produksi minyak goreng kelapa sawit. Perusahaan juga menjalankan kegiatan perdagangan besar minyak dan lemak nabati untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik maupun internasional. Dengan dukungan jaringan distribusi global dari Wilmar International, CEKA menjadi salah satu pemain utama dalam industri minyak nabati di Indonesia.

2.2.2.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

“Untuk menjadi Perusahaan Kelas Dunia dalam industri minyak nabati dan minyak nabati spesialitas.”

2. Misi PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

- a. Untuk menghasilkan produk bermutu tinggi dan memberikan layanan terbaik terhadap semua pelanggan.
- b. Meningkatkan kompetensi dan keterlibatan karyawan dalam pencapaian visi tersebut.
- c. Mencapai pertumbuhan usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan serta memberikan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan karyawan.
- d. Meningkatkan kepercayaan dan membina hubungan yang baik dengan agen, pemasok, masyarakat dan pemerintah.

2.2.2.3. Statistik Deskriptif PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk diringkaskan memanfaatkan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, juga maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.3 Statistik Deskriptif CEKA			
	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	11,81	15,92	31,57
<i>Median</i>	11,61	18,26	31,81
Maksimum	15,47	19,53	38,74
Minimum	8,11	10,00	26,96

Sumber: Laporan Tahunan CEKA, data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 2.3, nilai rata-rata ROA PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk sebesar 11,81% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 11,61%. Nilai ROA

tertinggi mencapai 15,47% pada tahun 2019, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 8,11% pada tahun 2023. Selisih antara kedua nilai ROA tersebut mengindikasikan bahwasanya kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui penggunaan aset mengalami variasi. Variabel DAR memperoleh sejumlah 15,92% untuk rata-rata dalam nilai tengah sejumlah 18,26%. Nilai DAR tertinggi sejumlah 19,53% pada tahun 2020, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 10,00% pada tahun 2022. Rentang nilai DAR menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang mengalami variasi selama periode penelitian.

Namun, variabel DPR memperoleh sejumlah 31,57% untuk nilai rata-rata untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 31,81%. Nilai DPR tertinggi mencapai 38,74% pada tahun 2024, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 26,96% pada tahun 2023. Rentang nilai DPR menunjukkan bahwa proporsi dividen tunai terhadap laba bersih tidak mengalami perubahan yang terlalu besar selama periode penelitian.

2.2.3. PT Delta Djakarta Tbk

2.2.3.1. Riwayat Perusahaan

PT Delta Djakarta Tbk berawal pada 1932 melalui pendirian pabrik bir Jerman-Belanda NV Archipel Brouwerij Compagnie yang memproduksi Anker. Setahun setelah beroperasi, perusahaan diakuisisi oleh NV De Orange Brouwerij. Pergantian kekuasaan pada masa pendudukan Jepang menyebabkan pabrik dikelola Dai-Nippon Brewing Group pada 1942. Setelah pengusiran kekuasaan kolonial Jepang dan berdirinya Indonesia sebagai negara merdeka, pabrik dinasionalisasikan pada tahun 1957 dengan nama PN Budjana Tirta. Pada tahun 1964, perusahaan

menjadi badan usaha milik daerah ketika Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Pemprov DKI) mengambil alih perusahaan.

Ketika tahun 1970, perusahaan resmi memanfaatkan nama PT Delta Djakarta Tbk yang dikenal hingga saat ini. Seiring dengan perkembangan usaha, perusahaan menjalin kerja sama dengan pembuat bir multinasional Denmark, Calsberg pada tahun 1983 yang mendukung produksi dan distribusi bir internasional. Satu tahun kemudian, perusahaan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya. Pada akhir dekade 1980-an dan sepanjang 1990-an, San Miguel Corporation melalui anak perusahaannya, San Miguel Malaysia Pte, mengakuisisi saham pengendali, sedangkan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta tetap menjadi salah satu pemegang saham utama. Melalui kerja sama tersebut. Produk San Migue Pale Pilsen mulai diproduksi di Indonesia pada tahun 1996. Perusahaan merelokasi pabrik dari Jakarta Utara ke Bekasi pada tahun 1997 untuk mendukung peningkatan kapasitas produksi dengan fasilitas yang lebih modern.

Selain melayani pasar domestik, perusahaan mengekspor produknya ke antara lain ke Taiwan, Thailand, Vietnam, dan Hong Kong. Pengakuan atas kualitas produknya tercermin dari perolehan 67 medali, termasuk 30 medali emas dan dua *International High-Quality Trophies* serta *Crystal Prestige Trophy* dari *Monde Selection* setelah produk yang meraih medali selama sepuluh tahun berturut-turut.

2.2.3.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Delta Djakarta Tbk

“Menjadi nomor satu di pasar minuman berbasis malt di Indonesia.”

2. Misi PT Delta Djakarta Tbk

- a. Memproduksi minuman berkualitas dan aman dengan biaya optimal, yang akan memberikan hasil terbaik untuk pelanggan, melalui karyawan dan mitra bisnis yang handal.
- b. Memberikan keuntungan yang terbaik kepada pemegang saham.
- c. Memberi kesempatan kepada karyawan untuk mengembangkan kemampuan diri dan profesionalisme di lingkungan kerja.
- d. Peduli kepada Masyarakat sekitar dan lingkungan perusahaan.

2.2.3.2. Statistik Deskriptif

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Delta Djakarta Tbk diringkas menerapkan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.4 Statistik Deskriptif DLTA			
	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	16,17	20,12	122,67
<i>Median</i>	16,48	22,65	113,03
Maksimum	22,29	23,44	161,37
Minimum	10,12	14,90	98,22

Sumber: Laporan Tahunan DLTA, data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 2.4, nilai rata-rata ROA PT Delta Djakarta Tbk sejumlah 16,17% dalam nilai tengah (*median*) sejumlah 16,48%. Nilai ROA tertinggi mencapai 22,29% pada tahun 2019, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 10,12% pada tahun 2020. Rentang nilai ROA mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui penggunaan aset mengalami variasi secara cukup tinggi selama periode penelitian. Variabel DAR memperoleh

sejumlah 20,12% untuk nilai rata-rata dalam nilai tengah sebesar 22,65%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 23,44% pada tahun 2022, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 14,90% pada tahun 2019. Rentang nilai DAR merepresentasikan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai dari utang mengalami variasi selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 122,67% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 113,03%. Nilai DPR tertinggi mencapai 161,37% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 98,22% pada tahun 2020. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi yang tinggi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian. Nilai rata-rata DPR yang melebihi 100% menunjukkan bahwa perusahaan membagikan dividen tunai melebihi laba bersih yang dihasilkan.

2.2.4. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

2.2.4.1. Riwayat Perusahaan

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk berasal dari kegiatan Produk Konsumen Bermerek atau *Consumer Branded Product* milik Indofood. Perkembangannya dimulai dari produksi mi instan pada 1982, kemudian diperluas ke segmen nutrisi dan makanan khusus pada 1985, makanan ringan pada 1990, serta penyedap makanan pada 1991. Grup CBP memasuki sektor produk susu pada 2008 dengan akuisisi Drayton Pte. Ltd., pemegang saham mayoritas PT Indolakto.

Indofood merestrukturisasi seluruh kegiatan produk konsumen bermerek pada 2009 dan membentuk ICBP sebagai perusahaan tersendiri. Saham ICBP mulai diperdagangkan di BEI pada 2010 dengan kode emiten ICBP. Pengembangan

portofolio dilanjutkan melalui masuknya perusahaan ke bidang minuman pada 2013 serta air minum dalam kemasan pada 2014 melalui akuisisi merek Club. Pada 2018, ICBP mengambil alih keseluruhan kepemilikan untuk anak perusahaan yang menjalankan usaha minuman dan produk kuliner. Jangkauan usaha ICBP menjadi lebih luas setelah perusahaan mengakuisisi 100% saham Pinehill Company Limited pada 2020, produsen mi instan yang memiliki operasi di Timur Tengah, Eropa Tenggara, juga Afrika. Ketika 2021, ICBP kembali menambah kepemilikan penuh pada anak perusahaan di bidang makanan ringan.

2.2.4.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

“Produsen barang-barang konsumsi yang terkemuka.”

2. Misi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

- a. Senantiasa melakukan inovasi, fokus pada kebutuhan pelanggan, menawarkan merek-merek unggulan kinerja yang tidak tertandingi.
- b. Menyediakan produk berkualitas yang merupakan pilihan pelanggan.
- c. Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami.
- d. Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan Masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.
- e. Meningkatkan *stakeholder's value* secara berkesinambungan.

2.2.4.3. Statistik Deskriptif PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

Data ROA, DAR, juga DPR pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk diringkaskan menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.5 Statistik Deskriptif ICBP			
	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	13,50	46,60	41,60
<i>Median</i>	12,30	50,00	39,00
Maksimum	20,30	53,00	50,00
Minimum	10,50	31,00	33,00

Sumber: Laporan Tahunan ICBP, data diolah penulis (2026)

Menurut Tabel 2.5, nilai rata-rata ROA PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk sejumlah 13,50% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 12,30%. Nilai ROA tertinggi mencapai 20,30% pada tahun 2019, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 10,50% pada tahun 2021. Rentang nilai ROA mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dengan penggunaan aset mengalami variasi yang cukup tinggi selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 46,60% untuk nilai rata-rata variabel DAR dalam nilai tengah sejumlah 50,00%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 53,00% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 31,00% pada tahun 2019. Rentang nilai DAR menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang mengalami variasi yang cukup tinggi selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 41,60% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 39,00%. Nilai DPR tertinggi mencapai 50,00% pada tahun 2020, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 33,00% pada tahun 2024.

Rentang nilai DPR menunjukkan variasi yang cukup tinggi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian.

2.2.5. PT Indofood Sukses Makmur Tbk

2.2.5.1. Riwayat Perusahaan

Pada tahun 1990, PT Indofood Sukses Makmur Tbk didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma. Perusahaan telah menjalankan aktivitas usaha di bidang makanan ringan sejak awal tahun 1980-an. Nama PT Indofood Sukses Makmur digunakan mulai tahun 1994, bersamaan dengan pencatatan saham perusahaan di BEI dengan kode INDF. Selanjutnya, Perusahaan memulai integrasi bisnis untuk pertama kali melalui akuisisi melalui akuisisi pabrik penggilingan gandum Bogasari pada 1995, kemudian diperluas pada 1997 dengan mengambil alih kelompok usaha perkebunan, agribisnis, dan distribusi.

Perusahaan terus melakukan ekspansi melalui Grup Agribisnis pada 2007 melalui akuisisi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk (LSIP) dan pencatatan saham Indofood Agri Resources Ltd. di Bursa Efek Singapura. Pada tahun selanjutnya, grup tersebut memasuki industri gula dengan mengakuisisi PT Lajuperdana Indah, sedangkan Grup Produk Konsumen Bermerek (CBP) memperluas segmen susu melalui akuisisi PT Indolakto. Indofood kemudian mencatatkan saham ICBP di BEI pada 2010 dan saham PT Salim Ivomas Pratama Tbk pada 2011.

Grup CBP melanjutkan diversifikasi dengan memasuki usaha bidang minuman pada 2013 dan air minum kemasan melalui merek Club pada 2014. Pada 2018, Indofood mengambil alih seluruh saham anak perusahaan yang bergerak di

bidang minuman dan produk kuliner. Perluasan lintas negara dilakukan pada 2020 melalui akuisisi Pinehill Company Limited yang beroperasi di Timur Tengah, Afrika, dan Eropa Tenggara. Pada 2021, Grup CBP juga memperoleh kepemilikan penuh atas anak perusahaan makanan ringan.

2.2.5.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Indofood Sukses Makmur Tbk

“Perusahaan *total food solutions*.”

2. Visi PT Indofood Sukses Makmur Tbk

- a. Memberikan solusi atas kebutuhan pangan secara berkelanjutan.
- b. Senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, proses produksi dan teknologi kami.
- c. Memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan.
- d. Meningkatkan *stakeholder's value* secara berkesinambungan.

2.2.5.3. Statistik Deskriptif PT Indofood Sukses Makmur Tbk

Data ROA, DAR, DPR pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk diringkas menerapkan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.6 Statistik Deskriptif INDF

	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	10,32	48,00	36,80
<i>Median</i>	10,20	48,00	35,00
Maksimum	10,90	51,00	50,00
Minimum	9,90	44,00	29,00

Sumber: Laporan Tahunan INDF, data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 2.6, nilai rata-rata ROA PT Indofood Sukses Makmur Tbk sebesar 10,32% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 10,20%. Nilai ROA tertinggi mencapai 10,90% pada tahun 2022, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 9,90% pada tahun 2020. Rentang nilai ROA mengindikasikan bahwasanya kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui penggunaan aset cukup stabil selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 48,00% untuk nilai rata-rata variabel DAR dalam nilai tengah sejumlah 48,00%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 51,00% pada tahun 2020 dan 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 44,00% pada tahun 2019. Rentang nilai DAR merepresentasikan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai dari utang mengalami variasi terbatas selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 36,80% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 35,00%. Nilai DPR tertinggi mencapai 50,00% pada tahun 2020, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 32,00% pada tahun 2022. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian.

2.2.6. PT Mulia Boga Raya Tbk

2.2.6.1. Riwayat Perusahaan

PT Mulia Boga Raya Tbk berdiri pada 25 Agustus 2006 berdasarkan Akta Nomor 25 yang dibuat di hadapan Notaris Makmur Tridharma, S.H. di Jakarta. Perusahaan menjalankan usaha distribusi makanan dan produk susu. Pada 2007, perusahaan mulai mencari lokasi pabrik di Cikarang dan fasilitas tersebut beroperasi penuh pada 2008. Setahun kemudian, perusahaan ditunjuk sebagai *toll*

manufacturer bagi PT Fonterra Brands Indonesia untuk memproduksi keju cheddar Anchor. Peningkatan fasilitas, tata letak, prosedur operasi, dan peralatan produksi pada 2010 mengantarkan pabrik memperoleh ISO 22000:2005, *Good Manufacturing Practice*, *Hazard Analysis Critical Control Point*, serta sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia. Pada tahun yang sama, perusahaan mulai memproduksi keju cheddar olahan Prochiz dalam kemasan 2 kg dan 180 gram. Permintaan konsumen mendorong perluasan area dan penambahan fasilitas pada 2011, bersamaan dengan peluncuran Prochiz Slice. Perusahaan senantiasa berinovasi dan menambah varian produk dengan menghadirkan varian jenis premium yang memiliki kandungan cheddar dengan cita rasa yang lebih tinggi dan produk lain seperti mayonaise untuk *salad dressing*.

Pada tahun 2013, perusahaan mulai mengembangkan pasar ekspor ke beberapa negara dengan fokus di wilayah Asia, khususnya Thailand dan Filipina. Perusahaan senantiasa berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas dan mutu produk yang ditunjukkan melalui perolehan sertifikasi *Food Safety System Certification* (FSSC 22000) pada tahun 2018. Sertifikasi ini merupakan standar internasional dalam Sistem Manajemen Keamanan Pangan menggunakan standar ISO. Sertifikasi ini juga merupakan kombinasi dari standar ISO 22000 dan ISO/TS 22002-1:2009 khususnya bagi sektor bisnis makanan. Pada 2019, Mulia Boga Raya menawarkan 100 juta saham baru kepada publik untuk menunjang operasional, lalu resmi tercatat di BEI pada 25 November 2019 dengan kode KEJU.

Perusahaan meluncurkan beberapa produk baru pada tahun 2022 untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yaitu Prochiz Quick Melt Slice 5s, Prochiz

Cheese Sauce Sachet, Prochiz Gold 30g dan Prochiz Mozzarella. Pada tahun 2023, perusahaan melaksanakan berbagai program promosi yang unik dan menarik, seperti mengadakan demo memasak bersama *brand ambassador* Prochiz dan memperkuat komunikasi produk Gold Slice 2s sebagai camilan bergizi dan kekinian. Dengan semangat untuk terus memasyarakatkan keju dan meng“keju”kan Masyarakat, perusahaan semakin giat untuk meningkatkan komitmennya dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan produk keju berkualitas.

2.2.6.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Mulia Boga Raya Tbk

“Menjadi perusahaan terkemuka yang menghadirkan “keajaiban” keju di setiap saat untuk Masyarakat.”

2. Misi PT Mulia Boga Raya Tbk

“Menghadirkan “keajaiban” keju di dalam kehidupan masyarakat.”

2.2.6.3. Statistik Deskriptif PT Mulia Boga Raya Tbk

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Mulia Boga Raya Tbk diringkaskan menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.7 Statistik Deskriptif KEJU

	ROA	DAR	DPR
Mean	14,97	26,04	63,46
Median	14,71	23,70	95,90
Maksimum	18,85	34,70	122,39
Minimum	9,70	18,20	0,00

Sumber: Laporan Tahunan KEJU, data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.7, nilai rata-rata ROA PT Mulia Boga Raya Tbk sebesar 14,97% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 14,71%. Nilai ROA tertinggi mencapai 18,85% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 9,70% pada tahun 2023. Rentang nilai ROA menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset mengalami variasi yang tinggi selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 26,04% untuk nilai rata-rata variabel DAR dalam nilai tengah sejumlah 23,70%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 34,70% pada tahun 2020, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 18,20% pada tahun 2022. Rentang nilai DAR menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang mengalami variasi yang cukup tinggi selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 63,46% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 95,90%. Nilai DPR tertinggi mencapai 122,39% pada tahun 2020, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 0,00% pada tahun 2021 dan 2022. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi yang tinggi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian. Nilai DPR yang melebihi 100% menunjukkan bahwa perusahaan membagikan dividen tunai melebihi laba bersih yang menjadi dasar pengukuran, sedangkan nilai DPR sebesar 0,00% menunjukkan bahwa perusahaan tidak membagikan dividen pada tahun tertentu.

2.2.7. PT Mayora Indah Tbk

2.2.7.1. Riwayat Singkat

PT Mayora Indah Tbk bergerak dalam industri makanan dan minuman. Perusahaan didirikan pada 17 Februari 1977, berkantor pusat di Jalan Tomang Raya

Nomor 21-23, Jakarta, dan memiliki fasilitas produksi di Tangerang serta Bekasi. Namun, kegiatan usahanya telah dirintis sejak 1948 melalui produksi biskuit dalam skala rumah tangga. Produk mulai dikomersialkan di Tangerang pada 1978. Mayora kemudian menawarkan saham kepada publik dan tercatat di BEI pada 4 Juli 1990 dengan kode MYOR. Dana hasil penawaran saham mendukung perluasan fasilitas di Tangerang, Bekasi, dan Surabaya. Menjelang akhir dekade 1980-an, Mayora meluncurkan Kopiko sebagai permen rasa kopi pertama di Indonesia. Sejak 1995, produk perusahaan mulai dipasarkan ke Malaysia, Filipina, Singapura, Vietnam, Arab Saudi, Australia, serta sejumlah negara di Afrika, Amerika, dan Eropa. Pengakuan terhadap perusahaan antara lain diberikan Asia Money pada 2003 untuk pengelolaan perusahaan kategori makanan dan minuman, diikuti penghargaan Produsen Produk Halal Terbaik dari Majelis Ulama Indonesia pada 2004.

Setelah melewati periode krisis ekonomi di Indonesia, PT Mayora Indah Tbk menetapkan target peningkatan pangsa pasar pada tahun 2010 dan memperkuat kapasitas produksinya sebesar 20% per tahun selama empat tahun ke depan. Strategi ini berhasil mendorong pertumbuhan rata-rata laba perseroan sebesar 28% per tahun, serta mendorong pertumbuhan pendapatan sebesar 24% dalam satu dekade terakhir. Jaringan produksi kemudian diperluas melalui pembangunan pabrik di Makassar, Pasuruan, Ciawi, Sukabumi, dan Medan, serta tambahan fasilitas di Palembang dan Cianjur pada 2016. Perusahaan juga mengembangkan Le Minerale bersama PT Tirta Fresindo Jaya. Portofolio Mayora terbagi ke dalam kategori makanan dan minuman dengan enam divisi, yaitu biskuit, wafer, cokelat, permen, kopi, dan makanan sehat, yang dipasarkan di dalam maupun luar negeri.

2.2.7.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Menjadi produsen makanan dan minuman yang berkualitas dan terpercaya di mata konsumen domestik maupun internasional dan menguasai pangsa pasar terbesar dalam kategori produk sejenis.
2. Dapat memperoleh Laba Bersih Operasi diatas rata-rata industri dan memberikan *value added* yang baik bagi seluruh *stakeholders* Perseroan.
3. Dapat memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan negara dimana Perseroan berada.

2.2.7.3. Statistik Deskriptif PT Mayora Indah

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Mayora Indah Tbk diringkas menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.8 Statistik Deskriptif MYOR

	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	10,20	42,40	40,94
<i>Median</i>	11,00	43,00	38,77
Maksimum	14,00	48,00	55,41
Minimum	6,00	36,00	32,89

Sumber: Laporan Tahunan MYOR, data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.8, nilai rata-rata ROA PT Mayora Indah Tbk sebesar 10,20% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 11,00%. Nilai ROA tertinggi mencapai 14,00% pada tahun 2023, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 6,00% pada tahun 2021. Rentang nilai ROA menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset mengalami variasi selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 42,40% untuk nilai rata-rata variabel

DAR dalam nilai tengah sejumlah 43,00%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 48,00% pada tahun 2020, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 36,00% pada tahun 2022. Rentang nilai DAR menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang mengalami variasi terbatas selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 40,94% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 38,77%. Nilai DPR tertinggi mencapai 55,41% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 32,89% pada tahun 2020. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian.

2.2.8. PT Nippon Indosari Corpindo Tbk

2.2.8.1. Riwayat Perusahaan

PT Nippon Indosari Corpindo Tbk merupakan produsen roti dan kue yang didirikan pada 8 Maret 1995 berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas Nomor 11. Kantor pusat perusahaan terletak di Kawasan Industri MM2100, Jalan Selayar Blok A9, Cikarang Barat, Bekasi. Perusahaan mula-mula bernama PT Nippon Indosari Corporation dan berstatus penanaman modal asing. Kegiatan komersial dimulai pada 1996 dengan produksi Sari Roti di pabrik Cikarang. Nama PT Nippon Indosari Corpindo digunakan sejak 2003.

Kapasitas produksi ditambah melalui pengoperasian pabrik kedua di Pasuruan pada 2005 dan pabrik ketiga di Cikarang pada 2008. Setelah mencatatkan saham di BEI pada 28 Juni 2010 dengan kode ROTI, perusahaan mempercepat perluasan fasilitas. Pabrik Medan dan Semarang mulai beroperasi pada 2011, diikuti Cibitung pada 2012, Makassar dan Palembang pada 2013, serta Purwakarta dan

Cikande pada 2014. Perusahaan menerapkan ISO 9001:2008 untuk manajemen mutu dan ISO 22000:2005 untuk keamanan pangan pada 2015. Kerja sama dengan Monde Nissin Corporation pada 2016 menghasilkan pendirian Sarimonde Foods Corporation di Filipina.

Pada 2017, perusahaan melaksanakan Penawaran Umum Terbatas I dengan menerbitkan hak memesan efek terlebih dahulu sebanyak 1,124 miliar saham dan mendirikan PT Mitra New Grain. Standar manajemen mutu ditingkatkan menjadi ISO 9001:2015 pada 2018, bersamaan dengan pengoperasian pabrik ke-11 di Batam. Tahun berikutnya, perusahaan mendirikan PT Indosari Niaga Nusantara untuk kegiatan perdagangan serta membuka fasilitas di Balikpapan dan Gresik. Kepemilikan sebesar 55% pada Sarimonde Foods Corporation dilepas pada 2020, lalu pabrik ke-14 di Banjarmasin mulai beroperasi pada 2021.

Inovasi kategori produk dilakukan melalui peluncuran Sari Kue pada 2022 dan Sari Choco pada 2023. Pada 2023, perusahaan juga memperoleh ISO 14001 untuk manajemen lingkungan dan meningkatkan standar keamanan pangan menuju FSSC 22000 secara bertahap. Ekspansi terakhir dalam uraian penelitian ini mencakup pengoperasian pabrik ke-15 di Pekanbaru dan pendirian PT JMP pada 2024. Jaringan fasilitas tersebut menempatkan produksi perusahaan di berbagai wilayah, dari Sumatra sampai Kalimantan.

2.2.8.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Nippon Indosari Corpindo Tbk

“Senantiasa tumbuh dan mempertahankan posisi sebagai perusahaan roti terbesar di Indonesia melalui penetrasi pasar yang luas dan dalam dengan

menggunakan jaringan distribusi yang luas untuk menjangkau konsumen di seluruh Indonesia.”

2. Misi PT Nippon Indosari Corpindo Tbk

“Memproduksi dan mendistribusikan beragam produk yang halal, berkualitas tinggi, higienis, dan terjangkau bagi seluruh konsumen Indonesia.”

2.2.8.3. Statistik Deskriptif PT Nippon Indosari Corpindo Tbk

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk diringkaskan menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.9 Statistik Deskriptif ROTI

	ROA	DAR	DPR
Mean	6,94	34,00	89,30
Median	6,80	30,00	99,10
Maksimum	10,50	40,00	99,50
Minimum	3,80	30,00	50,00

Sumber: Laporan Tahunan ROTI, data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.9, nilai rata-rata ROA PT Nippon Indosari Corpindo Tbk sebesar 6,94% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 6,80%. Nilai ROA tertinggi mencapai 10,50% pada tahun 2022, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 3,80% pada tahun 2020. Rentang nilai ROA mengindikasikan bahwasanya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset mengalami variasi yang cukup tinggi selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 34,00% untuk nilai rata-rata variabel DAR dalam nilai tengah sejumlah 30,00%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 40,00% pada tahun 2022 dan

2023, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 30,00% pada tahun 2019 hingga 2021. Rentang nilai DAR menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang mengalami peningkatan selama periode penelitian.

Sementara itu, DPR memiliki nilai rata-rata sebesar 89,30% dengan median sebesar 99,10%. Nilai DPR tertinggi mencapai 99,50% pada 2023, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 50,00% pada tahun 2020. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi terbatas pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian.

2.2.9. PT Sekar Bumi Tbk

2.2.9.1. Riwayat Perusahaan

PT Sekar Bumi Tbk merupakan salah satu perusahaan pengolahan hasil laut dan makanan beku di Indonesia. Perjalanan usaha berawal pada tahun 1966 melalui pendirian Harry Susilo Private Limited sebagai perusahaan perdagangan hasil laut. Pada tahun 1968, perusahaan mulai menjadi pemasok udang dan hasil laut bagi Toyo Menka Company. Kegiatan usaha kemudian berkembang ke berbagai komoditas pertanian dan turut mendorong pembentukan Grup Sekar.

Pada April 1973, PT Sekar Bumi Tbk didirikan dan menjadi salah satu pelopor industri pengolahan udang beku di Indonesia. Seiring perkembangan kegiatan usaha, perusahaan memperluas bidang produksi dari pengolahan hasil laut menjadi manufaktur berbagai produk makanan beku. Pada tahun 1993, PT Sekar Bumi Tbk melaksanakan penawaran umum saham perdana (IPO) dengan kode emiten SKBM.

PT Sekar Bumi Tbk menjalankan kegiatan manufaktur melalui dua lini utama, yaitu hasil laut bernilai tambah dan makanan olahan. Lini hasil laut bernilai tambah mencakup olahan udang, ikan, cumi-cumi, serta beragam hasil laut. Sementara itu, lini makanan olahan meliputi dim sum, bakso ikan, udang tempura, sosis, dan kerupuk udang FINNA sebagai salah satu produk unggulan. Selain produk makanan, perusahaan juga memproduksi pakan udang, pakan ikan, dan kacang mete.

Produk PT Sekar Bumi Tbk dipasarkan melalui berbagai merek, antara lain FINNA, SKB, Bumifood, Mitraku, dan Mantul. Jangkauan pemasaran mencakup pasar domestik serta pasar internasional, seperti Amerika Serikat, Eropa, Australia, Jepang, Korea Selatan, dan sejumlah negara Asia. Melalui slogan “*Quality Food Quality Life*”, perusahaan menegaskan komitmen untuk menghadirkan produk berkualitas melalui pemilihan bahan baku dari pemasok terpercaya, tenaga kerja terlatih, pengendalian kualitas secara ketat, serta penggunaan fasilitas produksi bersertifikasi internasional. Komitmen terhadap mutu menjadi dasar bagi PT Sekar Bumi Tbk dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan meningkatkan daya saing di industri makanan beku.

2.2.9.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Sekar Bumi Tbk

“Menjadi perusahaan makanan berkelanjutan terkemuka dengan mendorong batas-batas kreativitas dan inovasi, sambil tetap menjaga reputasi baik perusahaan.”

2. Misi PT Sekar Bumi Tbk

- a. Menyediakan produk berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pelanggan.
- b. Mendapatkan bahan baku yang tepat dan berkualitas dari pemasok terpercaya.
- c. Menerapkan prinsip tata Kelola perusahaan yang baik serta menjaga komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan dan sosial.

2.2.9.3. Statistik Deskriptif

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Sekar Bumi Tbk diringkas menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.10 Statistik Deskriptif SKBM

	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	1,25	45,60	15,72
<i>Median</i>	0,31	46,00	19,90
Maksimum	4,24	50,00	38,30
Minimum	0,05	42,00	0,00

Sumber: Laporan Tahunan SKBM, data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.10, nilai rata-rata ROA PT Sekar Bumi Tbk sebesar 1,25% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 0,31%. Nilai ROA tertinggi mencapai 4,24% pada tahun 2022, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 0,05% pada tahun 2019. Rentang nilai ROA menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset mengalami variasi cukup tinggi selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 45,60% untuk nilai rata-rata variabel DAR dalam nilai tengah sejumlah 46,00%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 50,00% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 42,00% pada

tahun 2023. Rentang nilai DAR menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang menunjukkan variasi terbatas selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 15,72% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 19,90%. Nilai DPR tertinggi mencapai 38,30% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 0,00% pada tahun 2020 dan 2024. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi tinggi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian. Nilai DPR sebesar 0,00% menunjukkan bahwa perusahaan tidak membagikan dividen tunai.

2.2.10. PT Sekar Laut Tbk

2.2.10.1. Riwayat Perusahaan

PT Sekar Laut Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur, pertanian, perdagangan, dan pengembangan usaha, dengan kegiatan utama pada subsektor makanan dan minuman. Perjalanan usaha dimulai pada tahun 1966 dalam bentuk industri rumah tangga di Sidoarjo, Jawa Timur. Pada tahap awal, kegiatan bisnis berfokus pada pengolahan dan perdagangan hasil laut. Perkembangan usaha kemudian mendorong pendirian pabrik kerupuk udang yang menjadi cikal bakal PT Sekar Laut Tbk.

PT Sekar Laut Tbk secara resmi didirikan sebagai perseroan terbatas pada 19 Juli 1976. Perusahaan terus mengembangkan proses produksi kerupuk melalui penggunaan teknologi modern dengan tetap mengutamakan kualitas dan kebersihan. Pada 8 September 1993, PT Sekar Laut Tbk mencatatkan saham perdana di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya dengan kode emiten SKLT. Pencatatan saham tersebut menjadikan PT Sekar Laut Tbk sebagai perusahaan

terbuka dan mendorong penerapan keterbukaan informasi kepada masyarakat serta investor.

Kegiatan produksi PT Sekar Laut Tbk mencakup kerupuk, saus tomat, saus cabai, bumbu masak, roti, dan berbagai makanan ringan. Produk dipasarkan dengan merek FINNA serta dibuat menggunakan bahan baku alami melalui proses produksi yang higienis. Jangkauan pemasaran meliputi pasar domestik dan internasional. Selain memproduksi makanan dengan merek sendiri, perusahaan juga bekerja sama dengan berbagai produsen makanan untuk menyediakan produk sesuai kebutuhan mitra.

PT Sekar Laut Tbk terus melakukan inovasi dan peningkatan mutu melalui penerapan standar nasional serta internasional. Pengendalian kualitas diintegrasikan dengan kegiatan produksi dan pengembangan produk agar dapat menghasilkan makanan berkualitas sesuai kebutuhan konsumen. Kegiatan distribusi didukung oleh PT Pangan Lestari sebagai entitas anak dengan pusat distribusi di delapan wilayah, yaitu Sidoarjo, Bali, Jakarta, Malang, Bandung, Yogyakarta, Semarang, dan Makassar. Jaringan distribusi ini mendukung perluasan pemasaran serta ketersediaan produk di berbagai wilayah Indonesia.

2.2.10.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Sekar Laut Tbk

“Menjadi perusahaan makanan kelas dunia yang terdepan dan selalu berkembang, serta menjaga keseimbangan sumber daya alam dan lingkungan secara berkelanjutan.”

2. Misi PT Sekar Laut Tbk

- a. Menciptakan, mengembangkan, serta memelihara kualitas serta ketersediaan produk-produk makanan yang inovatif demi memenangkan kepercayaan konsumen, dengan mempertimbangkan setiap tahapan proses sesuai dengan prinsip HACCP dan halal.
- b. Menjalankan sistem manajerial internal perusahaan yang terpadu dan sehat, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan kekeluargaan.
- c. Selalu meningkatkan fasilitas dan sarana pendukung lainnya dalam bereksperimen dan berinovasi sesuai dengan perkembangan dunia usaha.
- d. Membangun *brand image* produk makanan yang mampu menjadi “*Top of Mind*” di benak konsumen.
- e. Membangun jaringan dan kerja sama yang terintegrasi dengan berbagai pihak, baik dengan pihak internal perusahaan maupun eksternal.
- f. Memberdayakan petani, nelayan, dan pekerja lainnya untuk berkembang secara berkesinambungan.

2.2.10.3. Statistik Deskriptif

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Sekar Laut Tbk diringkas menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.11 Statistik Deskriptif SKLT

	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	6,84	43,46	28,20
<i>Median</i>	6,10	43,00	23,00
Maksimum	9,60	52,00	40,00
Minimum	5,50	36,30	21,00

Sumber: Laporan Tahunan SKLT, data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.11, nilai rata-rata ROA PT Sekar Laut Tbk sebesar 6,84% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 6,10%. Nilai ROA tertinggi mencapai 9,60% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 5,50% pada tahun 2020. Rentang nilai ROA mengindikasikan bahwasanya kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba melalui penggunaan aset mengalami variasi selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 43,46% untuk nilai rata-rata variabel DAR dalam nilai tengah sejumlah 43,00%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 52,00% pada tahun 2019, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 36,30% pada tahun 2023. Rentang nilai DAR mengindikasikan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai dari utang menunjukkan variasi cukup tinggi selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 28,20% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 23,00%. Nilai DPR tertinggi mencapai 40,00% pada tahun 2024, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 21,00% pada tahun 2020. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian.

2.2.11. PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk

2.2.11.1. Riwayat Perusahaan

Sejarah PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk bermula pada dekade 1960-an saat almarhum Achmad Prawirawidjaja merintis usaha pengolahan susu dalam skala kecil. Seiring perkembangannya, perusahaan secara resmi didirikan berdasarkan Akta No. 8 tanggal 2 November 1971 dan disempurnakan melalui Akta Perubahan No. 71 tanggal 29 Desember 1971. Pada pertengahan dekade 1970-an, perusahaan mulai menggunakan teknologi *Ultra High Temperature* (UHT) dan sistem pengemasan aseptik. Perusahaan kemudian meluncurkan produk Ultra Milk pada tahun 1975, Buavita pada tahun 1978, dan Teh Kotak pada tahun 1981. Rangkaian inovasi tersebut memperkuat posisi perusahaan sebagai salah satu pelopor minuman UHT di Indonesia. Hingga saat ini, portofolio perusahaan telah berkembang menjadi lebih dari 60 varian produk.

Pada tahun 1981, perusahaan membangun kerja sama dengan Kraft General Foods Ltd melalui lisensi produksi dan pemasaran keju merek Kraft. Perusahaan kemudian mencatatkan sahamnya di bursa pada tahun 1990 dengan kode emiten UL TJ. Kerja sama dengan Kraft kemudian berkembang melalui pembentukan perusahaan patungan PT Kraft Ultrajaya Indonesia pada tahun 1994. Dalam perusahaan patungan ini, PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk memiliki 30% saham dan bertindak sebagai distributor eksklusif. Perusahaan kemudian memperluas kegiatan produksi melalui pengembangan susu kental manis pada tahun 1994 dan susu bubuk pada tahun 1995. Pada tahun 2000, perusahaan menjalin kemitraan dengan PT Sanghiang Perkasa dalam produksi susu formula bayi untuk memperkuat posisi di segmen nutrisi. Kerja sama produksi kembali

diperluas bersama PT Unilever Indonesia pada tahun 2008 untuk memproduksi beberapa merek, termasuk Buavita dan Go-Go.

Kantor pusat dan fasilitas produksi utama berlokasi di Jalan Raya Cimoreme No. 131, Kabupaten Bandung Barat, pada lahan seluas lebih dari 23 hektare. Lokasi ini berdekatan dengan kawasan peternakan dan pertanian sehingga memudahkan akses terhadap bahan baku serta mendukung proses distribusi. Dalam rangka meningkatkan kapasitas produksi, perusahaan membangun fasilitas kedua di kawasan industri MM2100, Cibitung, yang mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2025. Fasilitas baru ini mendukung efisiensi rantai pasok dan ekspansi usaha dalam jangka panjang. Produk PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk dipasarkan ke seluruh Indonesia melalui penjualan langsung, penjualan tidak langsung, dan kerja sama dengan jaringan ritel modern. Distribusi di Pulau Jawa didukung oleh sekitar 25 kantor perwakilan dan kurang lebih 87.500 titik penjualan melalui PT Nikos Distribution Indonesia. Sementara itu, pemasaran di luar Pulau Jawa dilakukan melalui sekitar 65 distributor lokal. Perusahaan juga melayani pasar ekspor melalui kerja sama dengan 14 distributor internasional yang menjangkau berbagai negara di kawasan Asia, Timur Tengah, Pasifik, Australia, dan Amerika Serikat.

2.2.11.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi PT Ultra Milk Industry & Trading Company Tbk

“Menjadi perusahaan industri makanan dan minuman yang terbaik dan terbesar di Indonesia, dengan senantiasa mengutamakan kepuasan

konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para Pemegang Saham dan mitra kerja perusahaan.”

2. Misi PT Ultra Milk Industry & Trading Company Tbk

“Menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen, dan kepekaan serta kepedulian untuk senantiasa memperhatikan lingkungan, yang dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah sebagai wujud pertanggungjawaban kepada para Pemegang Saham.”

2.2.11.3. Statistik Deskriptif

Data ROA, DAR, dan DPR pada PT Ultra Milk Industry & Trading Company Tbk diringkaskan menggunakan statistik deskriptif yang mencakup nilai rata-rata (*mean*), *median*, minimum, serta maksimum. Di bawah ini disajikan hasil pengujian statistik deskriptif.

Tabel 2.12 Statistik Deskriptif UL TJ			
	ROA	DAR	DPR
<i>Mean</i>	14,89	24,52	35,72
<i>Median</i>	15,67	21,06	32,00
Maksimum	17,24	45,38	79,60
Minimum	12,68	11,12	12,00

Sumber: Laporan Tahunan UL TJ, data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.12, nilai rata-rata ROA PT Ultra Milk Industry & Trading Company Tbk sebesar 14,89% dengan nilai tengah (*median*) sebesar 15,67%. Nilai ROA tertinggi mencapai 17,24% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 12,68% pada tahun 2020. Rentang nilai ROA menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset mengalami variasi selama periode penelitian. Diperoleh sejumlah 24,52% untuk

nilai rata-rata variabel DAR dalam nilai tengah sejumlah 21,06%. Nilai DAR paling tinggi sejumlah 45,38% pada tahun 2020, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 11,12% pada tahun 2023. Rentang nilai DAR menunjukkan bahwa proporsi aset perusahaan yang dibiayai oleh utang mengalami variasi tinggi selama periode penelitian.

Namun, diperoleh sejumlah 35,72% untuk nilai rata-rata variabel DPR dalam nilai tengah sejumlah 32,00%. Nilai DPR tertinggi mencapai 79,60% pada tahun 2021, namun untuk nilai paling rendah sejumlah 12,00% pada tahun 2020. Rentang nilai DPR menunjukkan variasi tinggi pada proporsi dividen tunai terhadap laba bersih selama periode penelitian.