

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi telah mendorong pertumbuhan bisnis di Indonesia yang pada gilirannya meningkatkan tingkat persaingan secara signifikan. Keadaan ini dipengaruhi oleh berbagai aspek, seperti dinamika politik, perkembangan ekonomi, perubahan sosial, serta kemajuan teknologi. Dalam menghadapi hal tersebut, perusahaan dituntut untuk mengelola elemen-elemen manajerial secara efisien guna beradaptasi dengan perkembangan ekonomi baik di tingkat nasional maupun internasional, serta mampu mengantisipasi perubahan situasi secara cermat. Menurut Rachman (2016) pada industri makanan dan minuman di Indonesia memainkan peran sangat penting dalam ekonomi nasional. Industri ini tidak hanya menyediakan kebutuhan pokok masyarakat, tetapi juga berkontribusi besar terhadap PDB dan menciptakan lapangan kerja. Industri ini terus berkembang pesat dalam hal volume penjualan, kualitas produk, dan inovasi bisnis beriringan dengan peningkatan ekonomi dan daya beli pembeli.

Sektor makanan dan minuman atau *Food and Beverage* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan pada periode 2021-2023, meskipun terdampak oleh pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Pada tahun 2023, industri ini berkontribusi sebesar 39,10% terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) industri non migas dan 6,55% terhadap PDB nasional. Kementerian Perindustrian (2020) menyebutkan bahwa sektor industri makanan dan minuman sebagai satu satunya

penyumbang kontribusi yang signifikan terhadap PDB menjadi industri yang terdampak oleh pandemi. Pada triwulan I tahun 2020, industri makanan dan minuman mengalami kontraksi pertumbuhan dari 6,67% menjadi sebesar 3,49%. Bahkan mengalami pertumbuhan terendah pada triwulan II tahun 2020 yaitu sebesar 0,22%. Meskipun menghadapi tantangan global, sektor *Food and Beverage* kembali menunjukkan pemulihan dengan pertumbuhan 4,47% secara tahunan. Pencapaian positif lainnya termasuk neraca dagang yang tercatat surplus 25,21 miliar dolar AS, didorong oleh nilai ekspor yang mencapai 41,70 miliar dolar AS, sementara impor berada pada angka 16,49 miliar dolar AS. Sektor ini investasi terus tumbuh, dengan total realisasi investasi mencapai Rp85,10 triliun pada tahun 2023 (Antara News, 2024).

Perusahaan di sektor *Food and Beverage* mengatasi kesulitan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi suatu indikator yang utama guna menilai kinerja perusahaan di mata investor serta pasar. Nilai perusahaan tinggi menggambarkan di Perusahaan tersebut memiliki kemampuan yang menguntungkan pemegang saham dan memiliki kemampuan bertahan dalam kompetisi global. Setiap organisasi bisnis pada dasarnya memiliki sasaran yang dirancang untuk dicapai baik dalam waktu dekat atau jangka panjang. Barnades dan Suprihhadi (2018) menyatakan bahwa perusahaan dalam jangka pendek berupaya untuk memaksimalkan keunggulan dengan mengolah sumber daya secara efisien, sementara dalam jangka panjang, tujuannya berfokus pada peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan tersebut mempengaruhi aspek, yakni profitabilitas, likuiditas, juga skala perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan harga atau nilai pasar atau investor diberikan pada bisnis berdasarkan persepsi mengenai kinerja dan prospek masa depan perusahaan tersebut (Kasmir, 2018). Nilai perusahaan bisa dimaknai sebagai nilai pasar, dikarenakan harga saham perusahaan mengalami kenaikan, jadi kesejahteraan pemegang saham akan tercapai secara maksimal (Barnades & Suprihhadi, 2018). Persepsi investor terhadap saham sangat memengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, dalam menanamkan modal, investor tidak memilih perusahaan secara sembarangan. Menaikkan minat investor pada perusahaan dengan kinerja optimal menjadikan nilai perusahaan sebagai faktor sangat penting untuk diperhatikan. Tingginya tingkat persaingan mengharuskan setiap perusahaan untuk mengoptimalkan kinerjanya guna mencapai tujuan yang diinginkan. Kesejahteraan pemegang saham menjadi sasaran utama dari aktivitas perusahaan.

Tingkat profitabilitas menjadi faktor awal yang berperan dalam menentukan nilai perusahaan. Profitabilitas sendiri diartikan sebagai kapasitas perusahaan untuk memperoleh keuntungan jangka waktu tertentu. Jika profitabilitas mengalami peningkatan, hal tersebut mencerminkan prospek usaha yang menjanjikan, sehingga dapat menarik perhatian investor (Yustiani, 2022). Pada sektor *Food and Beverage*, faktor profitabilitas menjadi sangat penting karena persaingan yang ketat dan ketergantungan terhadap faktor eksternal seperti harga bahan baku, perubahan selera konsumen, serta kebijakan baru yang membebani biaya operasional. Perusahaan yang menunjukkan profitabilitas tinggi umumnya dianggap memiliki ketahanan yang lebih kuat terhadap berbagai tekanan bisnis dan memiliki potensi yang lebih besar untuk menarik minat investor. Nilai perusahaan disebabkan juga

tingkat likuiditas, yakni kemampuan organisasi agar mencukupi kewajiban jangka pendeknya di manfaatkan aset lancarnya (Kasmir, 2018). Likuiditas menjadi faktor penting dalam menilai nilai perusahaan, dikarenakan dengan likuiditas yang baik menunjukkan manajemen keuangan yang baik dan kemampuan untuk mengelola arus kas dengan baik. Sebaliknya, perusahaan dengan likuiditas rendah sering menghadapi kesulitan untuk memenuhi tanggungan finansial jangka pendek, yang dapat menurunkan kepercayaan investor dan pada akhirnya mengurangi nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah komponen tambahan yang mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran tersebut menggambarkan skala kegiatan operasional, yang biasanya dihitung dari jumlah aset, penjualan, atau jumlah pekerja. Perusahaan yang lebih besar dipandang lebih tangguh, memiliki jaringan pasar yang luas, dan lebih siap dalam menghadapi gejolak ekonomi maupun risiko pasar (Kasmir, 2018). Karena fakta bahwa perusahaan besar biasanya memiliki nilai bisnis yang lebih tinggi memiliki daya saing yang lebih besar dan lebih mudah memperoleh keuntungan yang lebih konsisten. Namun bisnis yang lebih besar biasanya mampu mencapai nilai perusahaan yang lebih tinggi, sebab mereka umumnya memiliki kapasitas sumber daya yang memadai untuk mendukung aktivitas investasi dalam pengembangan produk, penelitian, dan inovasi, serta memiliki kapasitas yang lebih besar untuk mendapatkan pembiayaan melalui pasar modal. Selain itu, perusahaan-perusahaan ini cenderung lebih stabil saat menghadapi tantangan.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, banyak penelitian yang mengkaji faktor-faktor tersebut terhadap nilai perusahaan, namun hasilnya menunjukkan perbedaan.

Seperti hasil penelitian Indriyani (2017) yang menyatakan nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh profitabilitas. Temuan itu menampilkan jika profitabilitas mendapati korelasi searah dengan nilai perusahaan, di mana semakin kuat tingkat profitabilitas, akan semakin tinggi juga. Temuan yang dikemukakan oleh Putra dan Gantino (2021) justru menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak mengalami pertumbuhan return on equity secara berkelanjutan, bahkan sebagian mengalami penurunan. Melemahnya kurs rupiah terhadap dolar adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kondisi ini, yang kemudian berdampak pada penurunan harga saham perusahaan.

Menurut Sulistiana dan Pranjoto (2022), likuiditas memengaruhi nilai perusahaan. Ini karena dari tingginya rasio antara kas dan kewajiban yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, sehingga secara langsung meningkatkan nilai perusahaan. Dilain sisi, studi dilakukan oleh Siagian et al. (2020) menemukan bahwa likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan. Adanya dana menganggur ditunjukkan oleh rasio likuiditas yang tinggi, sementara rasio yang rendah mengindikasikan potensi kesulitan likuidasi. Namun, investor cenderung mengabaikan tingkat likuiditas karena lebih memprioritaskan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Yustiani (2022) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan memengaruhi nilainya: lebih besar ukuran perusahaan, lebih banyak nilainya. Perusahaan berskala besar memiliki fleksibilitas serta kemudahan akses terhadap pendanaan melalui pasar modal. Investor melihat situasi ini sebagai tanda bahwa ada masa depan yang

menjanjikan, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Tidak seperti yang ditemukan oleh Pribadi et al. (2016), yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena investor umumnya menilai besar kecilnya perusahaan berdasarkan kinerja yang tercermin dalam laporan keuangan, bukan dari ukuran perusahaan semata.

Nilai perusahaan adalah ukuran utama yang menunjukkan kinerja keuangan, daya saing, dan prospek pertumbuhan jangka panjang suatu perusahaan, terutama di sektor *Food and Beverage* yang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada periode 2021-2023, sektor F&B menghadapi beberapa tantangan ekonomi, mulai dari dampak pandemi COVID-19 hingga ketidakpastian ekonomi global. Banyak perusahaan masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan nilai perusahaan agar tetap kompetitif di pasar global. Nilai tinggi perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan mampu memberikan return optimal bagi investor serta memiliki fundamental bisnis yang kuat. Perusahaan berusaha untuk meningkatkan nilainya dalam jangka panjang, sementara jangka pendeknya berfokus pada efisiensi sumber daya untuk meningkatkan keuntungan. Beberapa faktor yang diyakini memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, namun hubungan antara faktor-faktor ini dalam industri *Food and Beverage* di Indonesia masih perlu dikaji lebih dalam, terutama dalam menghadapi perubahan ekonomi global. Atas dasar pertimbangan tersebut, peneliti bermaksud mengidentifikasi variabilitas yang mempengaruhi nilai bisnis yang listing di BEI dalam kurun waktu studi. Dengan judul yang diambil oleh peneliti adalah **“Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan**

Terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar Di Bei Tahun 2021-2023”.

1.2 Batasan Masalah

Studi ini cuma melihat perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada sektor *Food and Beverage* (F&B) selama periode 2021-2023. Variabel yang digunakan adalah rasio profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA), rasio likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* (CR), dan ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan total aset (Ln), serta nilai perusahaan yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). Studi ini hanya akan mencakup perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI dan tidak akan mencakup sektor industri lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang masalah dan kendala sudah dipaparkan, berikut mengidentifikasi masalah :

- a. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- c. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini disusun dengan harapan sebagai acuan untuk memperluas pengetahuan di bidang akuntansi keuangan khususnya di bidang *Food and Beverage* Terkait profitabilitas, likuiditas, serta ukuran perusahaan pada peningkatan nilai perusahaan. Ini memperkaya literatur keuangan terutama dalam konteks perusahaan terdaftar di BEI.

- b. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil studi bisa menjadi acuan bagi manajer perusahaan *Food and Beverage* untuk merumuskan strategi yang bisa menaikkan hasil keuangan dan nilai perusahaan. Penelitian ini juga memberi investor informasi penting agar paham bagaimana faktor internal seperti profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan di sektor *food and beverage*. maka demikian, investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih informasional dan terarah.