

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian di Indonesia tentu sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan Perusahaan-perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif salah satunya adalah Perusahaan *food and beverage*, perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Perusahaan di bidang ini yang paling tahan terhadap krisis moneter atau ekonomi. Semua itu dikarenakan perusahaan sektor ini tak pernah kehilangan pembeli karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok demi kelangsungan hidup. Perusahaan ini merupakan salah satu kategori sektor industri di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memiliki peluang untuk berkembang pesat, seiring meningkatnya jumlah pertumbuhan masyarakat Indonesia, Arum et al (2023).

Fenomena , industri makanan dan minuman Indonesia tumbuh pada tingkat 2,54 persen, mencapai total Rp 775,1 triliun. Pada tahun 2021, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga berlaku (ADHB) industri ini adalah Rp 1,12 triliun, menurut Badan Pusat Statistik (BPS). Dengan PDB sebesar 16,97 triliun USD, jumlah ini mewakili 6,61 persen dari keseluruhan nilai industri pengolahan nonmigas, yaitu 38,05 persen Ada banyak bisnis di Indonesia yang berurusan dengan pengolahan makanan dan minuman karena ini adalah salah satu industri yang paling berkembang di sana. Sementara sebagian besar bisnis berada di sisi yang lebih kecil, ada beberapa perusahaan besar yang membuat gebrakan besar.

Pengolahan makanan dan minuman adalah salah satu industri yang paling matang di Indonesia, dengan sejumlah besar bisnis bersaing untuk penjualan.

Sebagian besar adalah usaha kecil atau mikro, meskipun sejumlah kecil perusahaan besar mendominasi pasar, termasuk PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), yang memiliki total penjualan sebesar \$17,18 triliun pada Q1 2022. Yang lainnya adalah Wings dan Garuda Food, anak perusahaan grup Tudung, yang memiliki jumlah uang yang hampir sama pada Q1 tahun ini. Untuk memenuhi permintaan makanan tradisional Indonesia dalam bentuk makanan instan seperti bubur Mayora, perusahaan-perusahaan ini telah mengadopsi strategi yang mengutamakan harga dan inovasi, dengan tujuan menghasilkan produk yang disesuaikan dan bernilai tambah. Industri makanan dan minuman di Indonesia diperkirakan akan mengalami integrasi yang substansial karena perusahaan-perusahaan besar menjadi lebih tangguh terhadap kenaikan biaya yang tidak terduga atau perubahan kebijakan dan memiliki peluang yang lebih baik untuk memanfaatkan pasar ekspor yang lebih terbuka di Asia Tenggara. Nestle, Kraft Foods, dan Unilever hanyalah beberapa merek internasional lain yang memiliki kehadiran kuat di pasar ini. Pola makan tradisional Barat, termasuk yang berbahan dasar gandum atau susu, menjadi semakin populer di Indonesia, dan hal ini tercermin dalam meningkatnya globalisasi makanan Indonesia.

Tantangan yang muncul kedepannya dapat diprediksi dengan adanya ketergantungan pada pasar domestik berarti bahwa bisnis makanan dan minuman kurang terekspos ke pasar global yang berubah-ubah dibandingkan banyak industri lainnya. Namun, produsen lokal masih rentan terhadap fluktuasi harga global untuk bahan-bahan produksi yang diimpor dari luar negeri. Impor bahan makanan olahan akan terus menjadi bagian penting dari total penjualan, karena beberapa di

antaranya tidak dapat diproduksi secara layak di Indonesia. Pengolah makanan berbasis lokal perlu menemukan cara lain untuk menjaga biaya mereka tetap terkendali dan meningkatkan daya saing mereka di tengah intensifikasi perdagangan regional, Athika (2022).

Industri makanan dan minuman memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor ini mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen dan perubahan gaya hidup masyarakat. Namun, perusahaan-perusahaan dalam industri ini dihadapkan pada tantangan untuk mempertahankan pertumbuhan laba di tengah persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan kebijakan ekonomi. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan laba. Dalam industri makanan dan minuman laporan keuangan menjadi dasar pengambilan keputusan yang strategis, laporan keuangan menjadi alat utama untuk memahami dan mengelola operasi, risiko, dan potensi pertumbuhan suatu perusahaan.

Laporan keuangan memegang peranan yang sangat penting dalam operasional suatu perusahaan. Penyusunan laporan ini menjadi tanggung jawab utama manajemen, yang bertugas mengolah dan menyusun data keuangan. Namun, dalam beberapa kasus, manajemen mungkin tergoda untuk melakukan rekayasa laporan keuangan demi meraih keuntungan pribadi. Tindakan ini jelas tidak etis dan melanggar prinsip-prinsip akuntansi yang seharusnya dijalankan dengan integritas dan transparansi.

Secara umum, laporan keuangan menyajikan informasi tentang kinerja keuangan perusahaan atau organisasi selama periode tertentu. Biasanya, laporan ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas bagi para pemangku kepentingan, seperti pemilik, investor, karyawan, kreditur, dan pihak terkait lainnya. Dalam proses pelaporan, manajemen seringkali menggunakan laba sebagai daya tarik untuk menarik minat investor. Oleh karena itu, manipulasi laba kerap terjadi untuk mempengaruhi keputusan investasi yang diambil oleh investor.

Laba yang tampak terlalu tinggi dapat menutupi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban utangnya yang sebenarnya. Semakin sedikit manipulasi laba yang dilakukan, semakin berkualitas laba yang dihasilkan. Pengguna laporan keuangan harus waspada terhadap laporan yang menunjukkan perubahan signifikan tanpa disertai informasi yang memadai. Hal ini penting agar pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan hati-hati, mengingat ada kemungkinan manajemen melakukan manipulasi laba, yang berujung pada informasi yang kurang berkualitas dan mungkin tidak mencerminkan kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Bagi Perusahaan, *profit growth* sangatlah penting karena salah satu *indicator* penting untuk kelangsungan hidup Perusahaan, dan juga *profit growth* berperan penting bagi investor karena dapat menarik minat mereka untuk menanamkan modal. Profit growth merujuk pada peningkatan laba yang diperoleh suatu perusahaan selama periode tertentu. Ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba bersihnya dari waktu ke waktu, biasanya dengan membandingkan dua periode keuangan, seperti triwulan, semester, atau tahun.

Pertumbuhan laba merujuk pada peningkatan atau penurunan laba dalam satu tahun yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Pengukuran besarnya kenaikan laba sangat bergantung pada keakuratan dan validitas pengukuran biaya dan pendapatan dalam laporan keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi menunjukkan bahwa laba mereka mengalami pertumbuhan. Dikutip oleh Nugraha dan Riharjo, (2018) yang dikutip oleh Anggita et al (2024). Laba adalah kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukkan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Pertumbuhan laba mencerminkan keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan secara efektif dan efisien. Pertumbuhan laba adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan meningkatkan laba bersih dibanding tahun sebelumnya. Laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya (beban perusahaan pada suatu periode tertentu) termasuk pajak. Pertumbuhan laba merupakan selisih laba bersih tahun tertentu dengan laba bersih tahun sebelumnya dibagi dengan laba bersih tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba merupakan ukuran kinerja dari suatu perusahaan, maka semakin tinggi laba yang dicapai perusahaan mengindikasikan semakin baik kinerja perusahaan, Surenjani et al (2023). Untuk menjaga pertumbuhan laba, sangat penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhinya. berkaitan dengan *profit growth* terhadap kesuksesan perusahaan maka penting sekali dilakukan analisis mendalam terhadap indikator yang mempengaruhi *profit growth* yaitu : *firm size*, *capital structure* dan *revenue growth*.

Ukuran perusahaan (*firm size*) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam hal aset dan modal sehingga Perusahaan yang besar dapat lebih leluasa dalam mengembangkan aktivitas operasionalnya yang akan berdampak pada banyaknya keuntungan yang didapat, namun resiko yang dimilikipun lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Meningkatnya ukuran perusahaan, maka meningkat pula pertumbuhan laba.

Effendi & Ulhaq (2021) menyatakan bahwa *firm size* (ukuran perusahaan) adalah gambaran mengenai besar kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aset yang dimiliki oleh perusahaan. UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan perusahaan dalam empat jenis yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan akan cenderung lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman dari kreditur maupun investasi dari investor maupun calon investor. Hal ini disebabkan perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki citra yang baik yang secara tidak langsung memberikan persepsi bahwa likuiditas perusahaan juga baik sehingga dapat menyakinkan pihak eksternal memberikan dananya sebagai investasi maupun sebagai pinjaman. Dengan dana yang didapatkan dari pihak eksternal maka perusahaan dapat memanfaatkan dana tersebut untuk kegiatan ekspansi bisnis agar dapat memperoleh laba yang lebih optimal, Rika Widianita (2023)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Petra et al (2021) ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Arigita & Aprilyanti (2024) menemukan bahwa ukuran perusahaan

berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Retnani & Setyowati (2021) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba, Penelitian yang dilakukan oleh T. E. Putri & Andriansyah (2022) juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yohanas (2014) yang mengutip dari pendapat Dewi et al (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak kecil atau malah tidak berpengaruh sama sekali terhadap pertumbuhan laba.

Struktur modal atau *capital structure* merupakan hal terpenting pada setiap perusahaan, dikarenakan terdapat paduan antara utang dan ekuitas, serta dapat diartikan sebagai pertimbangan antara modal asing dan modal sendiri. Struktur modal berpengaruh terhadap besarnya risiko yang harus ditanggung oleh pemegang saham, besarnya tingkat pengembalian, dan tingkat keuntungan yang telah diharapkan. Semakin meningkat struktur modal maka akan lebih banyak hutang, pertumbuhan laba akan semakin menurun karena resiko biaya yang menyertainya.

Struktur modal perusahaan harus dapat dipahami oleh bagian manajemen perusahaan dikarenakan apabila keputusan struktur modal yang tidak tepat akan sangat mempengaruhi pertumbuhan laba, oleh sebab itu setiap perusahaan harus bisa mengatur strategi dalam perencanaan struktur modal yang tepat agar bisa mencapai pertumbuhan laba yang baik oleh Mamangkey et al (2018) yang ada pada penelitian Hasanah (2023).

Menurut Putri & Riduwan (2021) struktur modal tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Mamangkay

et al (2021) juga menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan penelitian yang dilakukan D. Erawati (2021) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Asiva Noor Rachmayani (2015) menyebutkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba, Sedangkan penelitian oleh Pokhrel, (2024) menemukan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba.

Revenue growth atau pertumbuhan pendapatan bisa dicapai dengan adanya pertumbuhan dalam penjualan dan menandakan perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba lebih besar untuk investor. Pertumbuhan pendapatan erat hubungannya dengan *return on equity* karena modal yang ada diputar kembali menjadi pendapatan atau laba bagi pemegang saham. Suyono et al (2023). Pendapatan adalah suatu aliran kas masuk atau kenaikan lain aktiva yang berasal dari penjualan barang atau jasa yang merupakan kegiatan atau aktivitas utama perusahaan. Pertumbuhan pendapatan diproksikan dengan berapa besar peningkatan pendapatan perusahaan. Pendapatan yang diterima perusahaan bersumber dari penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin banyak produk perusahaan yang terjual semakin besar pendapatan yang diterima perusahaan, Erawati & Bulu (2024)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ummah & Andini (2019) menemukan bahwa pertumbuhan pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba. Penelitian yang dilakukan oleh T. Erawati & Bulu, (2024) juga menyatakan bahwa pertumbuhan pendapatan mempunyai pengaruh

positif terhadap pertumbuhan laba, penelitian oleh Silviana (2016) menemukan bahwa pertumbuhan pendapatan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba, dari penelitian Aryanti & Putra, (2024) menemukan bahwa pertumbuhan pendapatan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan fenomena latar belakang dan *research gap* diatas dapat diketahui bahwa hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan terdapat inkonsistensi atau hasil yang berbeda. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel penelitian dan periode penelitian dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Dengan hasil penelitian yang berbeda dan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Firm Size, Capital Structure, Revenue Growth*, Terhadap *Profit Growth* Pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan agar permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini tidak terlalu luas, penulis memberikan Batasan masalah pada penelitian ini berfokus pada :

- a) *Firm size* diukur dengan total aset yang di *logarithm of natural*.
- b) *Capital structure* diukur dengan *debt to equity ratio* (DER)
- c) *Revenue growth* diukur dengan persentase perubahan pendapatan (*revenue growth rate*) dari satu periode ke periode berikutnya.
- d) *Profit growth* diukur dengan menghitung persentase perubahan laba bersih dari satu periode ke periode berikutnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Apakah *firm size* berpengaruh terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* periode 2021-2023?
- b) Apakah *capital structure* berpengaruh terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* periode 2021-2023?
- c) Apakah *revenue growth* berpengaruh terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* periode 2021-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *firm size* terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* periode 2021-2023.
- b) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *capital structure* terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* periode 2021-2023.
- c) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *revenue growth* terhadap *profit growth* pada perusahaan *food and beverage* periode 2021-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan bermanfaat dan menambah pengetahuan tentang perusahaan yang mengalami *firm size*, *capital structure*, *revenue growth*, dan *profit growth*. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya tentang *profit growth*.

b) Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk mempertahankan kestabilan labanya, agar perusahaan berada dalam kondisi yang baik dan dapat meningkatkan kepercayaan investor.

2) Bagi Investor

Dari hasil penelitian ini harap dapat dijadikan sebagai alat pengambilan keputusan dalam berinvestasi pada suatu perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang telah dijelaskan dalam penelitian ini.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan kajian di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai *profit growth* pada masa yang akan datang.