

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Pada saat ini perkembangan dunia industri di Indonesia semakin pesat khususnya subsektor makanan dan minuman. Perusahaan manufaktur pada sektor industri barang konsumsi memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, subsektor makanan dan minuman berkontribusi signifikan terhadap laju perekonomian Indonesia. Maka ini merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan, perputaran ekonomi di Indonesia yang terus bertumbuh juga mendukung bisnis makanan dan minuman berjalan dengan baik dan terus berkembang pesat dengan tujuan utamanya yaitu *go public* pada Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek Indonesia (BEI) sendiri merupakan pasar modal yang ada di Indonesia dan menjadi bagian penting masyarakat dalam berinvestasi. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995, Dalam Pasal 1 angka 4 dijelaskan bahwa bursa efek yaitu pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem serta sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek, seperti saham dan obligasi, antara para pihak di pasar modal dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka. Titik awal perusahaan pastinya adalah *go public* untuk mendapatkan akses yang lebih mudah kepada pendanaa, antar lain seperti penawaran umum terbatas atau melalui *secondary offering* dan *private placement*. *Go public* membuat lebih mudah dalam menarik strategi investor untuk ikut berinvestasi pada saham perusahaan (Dianita, 2024).

Nilai perusahaan adalah satu dari beberapa bagian penting yang tidak bisa terlepas dari perusahaan yang *go public* pada Bursa Efek Indonesia, karena nilai

perusahaan dapat menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah suatu persepsi bagi para investor terhadap tingkat keberhasilan sebuah perusahaan dengan gambaran pada harga sahamnya (Putra et al., 2021). Nilai perusahaan merupakan aspek penting yang mencerminkan tingkat kesehatan, kinerja, dan prospek masa depan suatu entitas bisnis. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang baik, dikelola secara efisien, dan mampu menghasilkan keuntungan secara konsisten. Hal ini memberikan sinyal positif kepada investor dan pasar bahwa perusahaan layak untuk dijadikan tempat berinvestasi. Selain itu, nilai perusahaan juga berperan penting dalam menentukan harga saham di pasar modal, di mana semakin tinggi nilai perusahaan maka harga saham cenderung meningkat karena tingginya minat beli dari investor. Nilai perusahaan yang baik mencerminkan kepercayaan pasar terhadap manajemen dan strategi yang dijalankan, serta memperkuat reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan seperti kreditur, mitra bisnis, dan lembaga keuangan. Perusahaan dengan nilai yang tinggi juga memiliki daya tawar yang lebih kuat dalam pengambilan keputusan strategi seperti merger, akuisisi, atau ekspansi bisnis. Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan menjadi salah satu tujuan utama dalam manajemen keuangan karena berdampak langsung pada keinginan dan daya saing perusahaan di masa depan.

Pemilihan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indoensia sebagai lokasi penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis dan relevansi data, dimana subsektor makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang paling stabil dan terus bertumbuh bahkan pada saat ketidakpastian ekonomi global. Produk makanan dan minuman

merupakan kebutuhan primer, sehingga permintaannya cenderung berkelanjutan. Selain itu, karakteristik perusahaan yang beragam dari sisi pertumbuhan dan ukuran memungkinkan analisis hubungan antar variabel penelitian. Ketersediaan data laporan keuangan yang lengkap dan terstandarisasi di Bursa Efek Indonesia juga mendukung validitas penelitian ini.

Tabel 1. 1
Daftar Sample Penelitian (Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman Pada Bursa Efek Indonesia)

No.	Nama	Kode	N
1	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	3
2	PT. Mayora Indah Tbk	MYOR	3
3	PT. Multi Bintang Indonesia Tbk	GOOD	3
4	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI	3
5	PT. Siantar Top Tbk	STTP	3
6	PT. Delta Djakarta Tbk	DLTA	3
7	PT. Unilever Indonesia Tbk	UNVR	3
8	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA	3
9	PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk	ULTJ	3
10	PT. Akasha Wira International Tbk	ADES	3
11	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	3
12	PT. Mulia Boga Raya Tbk	KEJU	3
13	PT. Sreeya Sewu Indonesia Tbk	SIPD	3
14	PT. Sekar Laut Tbk	SKLT	3
15	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP	3

Sumber: <https://www.idx.co.id>

Berdasarkan Tabel 1.1 merupakan populasi pada penelitian ini yang menggunakan seluruh laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan sejumlah 83 perusahaan yang terdaftar pada BEI tahun 2025 serta ditetapkan 15 perusahaan menjadi bahan penelitian yang memiliki laporan keuangan yang lengkap selama periode penelitian. Maka dari itu, 15 perusahaan terpilih pada subsektor makana dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024 dengan total banyak laporan keungan yaitu 45 laporan keuangan selama periode 3 tahun terakhir.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti profitabilitas, pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan (Ferjiana et al., 2023). Liana Susanto (2021) menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi oleh kebijakan deviden (DPR), umur perusahaan dan profitabilitas. Fajriah (2022) bahwa pertumbuhan perusahaan, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nuradawiyah et al., (2020) menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, struktur modal dan harga saham. Aldi et al., (2020) menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas. Anggraini et al., (2022) menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Chynthiawati et al., (2022) menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan. Susesti et al, (2020) menyatakan nilai perusahaan dipengaruhi oleh profitabilitas dan ukuran perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel–variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, *leverage*, pertumbuhan penjualan, struktur modal, pertumbuhan perusahaan,

ukuran perusahaan, kebijakan deviden dan umur perusahaan. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan menggunakan variabel pertumbuhan perusahaan dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi nilai perusahaan. Karena variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh dominan pada penelitian Silalahi et al., (2021), selain itu variabel ukuran perusahaan berpengaruh dominan ada penelitian Hidayat et al., (2022).

Tujuan utama dari sebuah perusahaan pastinya ingin memaksimalkan nilai perusahaan yang merupakan hasil kerja keras manajemen dari berbagai bidang. Menurut (Putra et al., 2021) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah suatu persepsi bagi para investor terhadap tingkat keberhasilan sebuah perusahaan dengan gambaran pada harga sahamnya. Nilai perusahaan yang dibentuk dengan indikator harga saham pada pasar saham akan memperlihatkan adanya peluang investasi yang baik menuju arah positif (Hidayat et al., 2022). Harga saham di pasar modal akan terus mengalami fluktuasi yang berubah-ubah atau naik turun. Fluktuasi harga saham menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti berkaitan juga dengan isu naik turunnya nilai perusahaan. Kondisi dari pasar saham dapat dilihat dari Index Harga Saham Gabungan (IHSG), investor dapat melihat langsung pergerakan harga saham. Semakin tinggi IHSG, umumnya semakin kuat nilai perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan (*growth*) dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena investor lebih tertarik terhadap perusahaan yang telah terbukti perkembangannya atau perusahaan yang besar, dibandingkan dengan perusahaan yang belum memiliki perkembangan secara signifikan atau bisa dibilang perusahaan kecil (Hergianti et al., 2020). Menurut Chynthiawati et al., (2022) pertumbuhan perusahaan yang pesat perlu adanya dana untuk membiayai

perusahaan, dari pertumbuhan ekonomi juga dapat melihat gambaran apakah suatu perusahaan mengalami perkembangan atau tidak. Prospek pertumbuhan perusahaan dimasa depan akan memberi sinyal kepada investor serta dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam teori *Agency* menurut Jensen & Meckling, (2012), manajer diberikan otoritas sepenuhnya oleh pemilik perusahaan atas tanggung jawab dan keberlangsungan perusahaan.

Pertumbuhan perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan *Total Asset Growth* (TAG). Menurut Anggreni et al., (2023) penjelasan TAG merupakan total dari pertumbuhan aset perusahaan per tahun, perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi pastinya tergantung pada modal dari luar perusahaan. Pada perusahaan yang tingkat pertumbuhan yang rendah kebutuhan perusahaan relative lebih kecil sehingga dapat terpenuhi dari laba ditahan. Maka dari itu jika perusahaan ingin tumbuh dengan pesat maka harus lebih banyak mengandalkan modal eksternal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al., (2020) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajriah (2022) bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Kammagi et al., (2023) yang menyimpulkan bahwa variable pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Chynthiawati et al., (2022) menyatakan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan. Tidak adanya pengaruh tersebut menunjukkan bahwa apabila pertumbuhan perusahaan mengalami

peningkatan maka nilai perusahaan tidak mengalami perubahan ataupun peningkatan.

Ukuran perusahaan juga sebagai faktor pendukung lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini terjadi dikarenakan semakin besar suatu ukuran atau skala perusahaan maka akan lebih mudah pula perusahaan mendapatkan dana yang sifatnya internal ataupun eksternal untuk kebutuhan operasional. (Brigham, 2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran dari besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset, total penjualan, total laba, beban pajak dan lain sebagainya. Dimana yaitu semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula kecenderungan perusahaan menggunakan modal asingnya. Ukuran perusahaan dalam hal mengukur perusahaan yaitu seperti jumlah total neraca, total *turnover*, dan total rata-rata neraca. Ukuran perusahaan adalah sebuah hasil dari kemampuan perusahaan dalam melalui berbagai proses dan aset perusahaan (Jannah, 2022).

Ukuran Perusahaan (*Size*) yang semakin tinggi pastinya berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang dilakukan oleh perusahaan guna memaksimalkan nilai perusahaan, ukuran perusahaan diproksikan dengan menggunakan total aset. Hidayat et al., (2022) variabel *size* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, variable ukuran perusahaan sering kali digunakan untuk mengetahui tingkat kemampuan perusahaan dalam hal memenuhi biaya operasional, sebab semakin besar ukuran perusahaan maka menandakan bahwa aset yang dimiliki perusahaan semakin meningkat. Penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah et al., (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang terlalu besar menyebabkan kurangnya efisiensi pengawasan

kegiatan operasional dan juga strategi yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, sehingga dapat menimbulkan pengurangan nilai perusahaan, dalam artian ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain kedua faktor tersebut terdapat juga satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu profitabilitas, dimana profitabilitas itu merupakan elemen penting bagi perusahaan dengan terfokus pada laba. Semakin tinggi perusahaan memperoleh profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan, maka dari itu perusahaan wajib meningkatkan kinerjanya untuk mencapai nilai perusahaan yang lebih baik (Ayahu et al., 2024). Pendapat sejalan juga diungkapkan pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad et al., (2022) profitabilitas adalah pengukuran rasio dari efektivitas manajemen secara keseluruhan dengan ditunjukan besar kecilnya tingkat keuntungan yang didapat baik dengan penjualan maupun investasi. Dengan demikian jika semakin tinggi profitabilitas maka semakin tertarik investor dalam berinvestasi serta menambah nilai dari perusahaan tersebut.

Penelitian ini menggunakan indikator *Return on Equity* (ROE) dalam pengukuran variabel profitabilitas, dimana ROE merupakan pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan meningkatkan produktivitasnya dengan nilai ROE yang semakin tinggi menunjukan kepada pegmeang saham tingkat pengembalian investasi yang lebih tinggi pula (Nugroho et al., 2022) . Profitabilitas yang dihitung dengan *Return on Equity* (ROE) membagi laba bersih setelah pajak (*earnings after tax*) dengan total ekuitas. Sebelum memutuskan untuk melakukan investasi seorang investor perlu melihat ROE suatu perusahaan sebelum memutuskan melakukan investasi agar dapat memahami

berapa banyak yang akan dihasilkan dari investasi yang dilakukan (Putri et al., 2022).

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terjadi pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai berikut.

- (1) Terjadi fluktuasi yang signifikan pada nilai perusahaan meskipun subsektor makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang stabil dan permintaan yang tinggi. Faktor penyebabnya antara lain kinerja profitabilitas yang tidak konsisten, inflasi dan suku bunga, dampak dari COVID-19, dan rasio hutang (*Debt to Equity Ratio/DER*) dan rasio likuiditas (*Current Ratio*) secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan (*PBV-Price to Book Value*).
- (2) Adanya kesenjangan hasil penelitian (*Research Gap*), dimana terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu yaitu beberapa penelitian menemukan pengaruh positif signifikan antara pertumbuhan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sementara pada penelitian lain menemukan pengaruh negatif atau tidak sama sekali.
- (3) Ketidakpastian apakah pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan atau profitabilitas yang lebih dominan dalam memengaruhi nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada pengaruh pertumbuhan perusahaan (*growth*), ukuran perusahaan

(*size*) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- (1) Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024?
- (2) Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024?
- (3) Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024?
- (4) Di antara variabel-variabel yang diteliti (pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas), mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- (1) Pengaruh pertumbuhan perusahaan (*growth*) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2022–2024.

- (2) Pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2022–2024.
- (3) Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2022–2024.
- (4) Pengaruh variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap nilai perusahaan di antara variabel pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode 2022–2024.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut.

(1) Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen keuangan tentang pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

(2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Bagi investor dan calon investor, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, khususnya untuk menilai pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan

dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga investor dapat meminimalkan risiko dan memilih perusahaan dengan prospek yang lebih baik. Bagi manajemen dan perusahaan subsektor makanan dan minuman sebagai dasar evaluasi dan perumusan strategi pengelolaan pertumbuhan serta aset untuk meningkatkan nilai perusahaan, serta bagi pelajar dan mahasiswa sebagai referensi dan tambahan wawasan dalam pengembangan kajian manajemen keuangan. Selain itu, diharapkan juga penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pihak regulator dan pelaku pasar modal terkait kondisi nilai perusahaan subsektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia.

