

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia pada masa kini telah menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat bagi berbagai perusahaan, termasuk perusahaan yang bergerak pada sektor makanan dan minuman (*food and beverage*). Industri ini menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan, didorong oleh tingginya kebutuhan konsumsi masyarakat terhadap produk makanan dan minuman. Tingkat konsumtivitas yang signifikan tersebut menjadikan sektor ini sebagai peluang strategis yang dipandang memiliki prospek keuntungan tidak hanya pada masa sekarang, tetapi juga di waktu yang akan datang (Afni *et al.*, 2023).

Menurut data Kementerian Perindustrian (Kemenperin, 2023), sektor ini tumbuh stabil bahkan saat pandemi COVID-19, karena produk makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Pertumbuhan tersebut mendorong meningkatnya jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), menjadikan sektor ini sebagai salah satu fokus investasi strategis.

Menurut (Brignan & Houston, 2006) dalam (Syahputra, 2021) nilai perusahaan dipandang sebagai nilai pasar, karena melalui nilai pasar tersebut para pemegang saham dapat memperoleh kesejahteraan apabila harga saham perusahaan mengalami peningkatan. Pengukuran nilai perusahaan umumnya menggunakan *Price Book Value* (PBV).

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai jual perusahaan yang aktif di pasar. Kenaikan harga saham akan berdampak langsung pada meningkatnya nilai perusahaan. Tingginya nilai perusahaan menunjukkan kinerja yang baik serta prospek yang meyakinkan bagi investor (Natsir & Yusbardini, 2020) dalam (Pambudi *et al.*, 2022) . Pangestuti & Tindangen (2020) dalam (Pambudi *et al.*, 2022) menegaskan bahwa peningkatan nilai perusahaan akan sejalan dengan bertambahnya kekayaan pemegang saham. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi tujuan utama bagi para pemegang saham dan investor.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, di antaranya adalah likuiditas dan profitabilitas. Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sedangkan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset atau ekuitas yang dimiliki. Kombinasi keduanya menjadi sinyal penting bagi investor dalam menilai kesehatan finansial perusahaan (Yogi Pranata & Hongki Sutrisno, 2024)

Faktor pertama yang memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui modal sendiri, total aset, maupun penjualannya. Profitabilitas bertujuan untuk menilai tingkat efisiensi usaha serta kinerja laba perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE), yakni rasio yang digunakan untuk menilai efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset yang dimilikinya. Peningkatan

nilai ROE menunjukkan bahwa semakin banyak aset yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan laba bersih, sehingga kondisi perusahaan dinilai semakin baik (Harlina *et al.*, 2024).

Menurut (Syahputra, 2021) profitabilitas adalah indikator utama untuk menilai apakah suatu perusahaan memiliki kinerja yang baik atau sebaliknya. Normayanti (2017) dalam (Syahputra, 2021) menjelaskan bahwa profitabilitas atau laba berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan di mata investor maupun pemegang saham. Besarnya laba yang dibagikan akan berpengaruh pada harga saham, di mana semakin tinggi laba yang dibagikan, semakin baik pula nilai perusahaan menurut pandangan investor dan pemegang saham.

Selain Profitabilitas faktor lainya yaitu likuiditas. Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek. Rasio likuiditas menggambarkan kapasitas suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban keuangannya dengan menggunakan dana yang tersedia dalam periode jangka pendek. Menurut Chayani dan Wirawati (2019) dalam (Harlina *et al.*, 2024), likuiditas diukur menggunakan *Current Ratio* (CR) yaitu alat yang dapat digunakan untuk mengetahui seberapa likuidnya suatu perusahaan.

Rasio likuiditas adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam mengubah asetnya menjadi kas melalui penjualan di pasar aktif pada harga yang berlaku. Rasio ini menggambarkan hubungan antara kas serta aset lancar

dengan kewajiban jangka pendek yang dimiliki perusahaan (Habsari & Susilo, 2024)

Fenomena di pasar modal Indonesia menunjukkan bahwa likuiditas dan profitabilitas merupakan dua faktor penting yang memengaruhi nilai perusahaan, khususnya pada industri makanan dan minuman. Berdasarkan data laporan keuangan tahun 2023 yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (IDX) <https://www.idx.co.id>, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mencatat *Current Ratio* sebesar 0,50 kali, *Return on Equity* (ROE) 106%, dan *Price to Book Value* (PBV) 33,46 kali, sedangkan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) memiliki *Current Ratio* 2,15 kali, *Return on Equity* (ROE) 15,20%, dan *Price to Book Value* (PBV) 1,95 kali. Perbandingan ini menunjukkan bahwa meskipun UNVR memiliki tingkat likuiditas yang lebih rendah dibandingkan ICBP, profitabilitas UNVR yang tinggi berhasil meningkatkan kepercayaan investor, sehingga mendorong nilai pasar perusahaan menjadi jauh lebih tinggi.

Penelitian sebelumnya banyak membahas pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun hasilnya belum konsisten. Misalnya, (Ayuningrum, 2025) menemukan bahwa Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan. Sebaliknya (Yogi Pranata & Hongki Sutrisno, 2024) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas menunjukkan pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, (Khuljanah, 2024) menemukan bahwa Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai Perusahaan tetapi Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan. Namun pada penelitian (Dyawanti & Suprihhadi, 2024) menemukan bahwa profitabilitas menunjukkan pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel tambahan seperti *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang beragam ini menunjukkan adanya *research gap* yang menarik untuk diteliti dalam memahami hubungan antara likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Khususnya pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang memiliki karakteristik relatif stabil dan tahan terhadap fluktuasi ekonomi, dibandingkan sektor lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dianggap penting dilakukan karena dua alasan utama. Pertama, nilai perusahaan berfungsi sebagai indikator yang mencerminkan harga pasar dan pandangan investor terhadap perusahaan. Kedua, adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya mengenai pengaruh faktor internal pada likuiditas dan profitabilitas, menunjukkan perlunya penelitian lanjutan pada perusahaan di sektor industri makanan dan minuman.

Berikut adalah tabel perkembangan nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang diukur dengan Price to Book Value (PBV) pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Perkembangan Nilai Perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2020-2023.

NO	KODE	Price to Book Value (PBV)		
		2021	2022	2023
1.	AALI	0,86	0,69	0,60
2.	ADES	2,00	3,17	3,30
3.	ANJT	0,54	0,33	0,38
4.	BISI	1,09	1,57	1,39
5.	BUDI	0,58	0,70	0,79
6.	CAMP	1,66	1,91	2,48
7.	CEKA	0,81	0,76	0,67
8.	CLEO	5,63	5,51	5,63
9.	CPIN	3,88	3,52	3,05
10.	CPRO	1,98	0,99	0,89
11.	CSRA	1,31	1,21	0,87
12.	DLTA	2,96	3,06	3,02
13.	DSNG	0,75	0,78	0,66
14.	FISH	1,68	1,23	0,96
15.	GOOD	6,39	5,78	4,06
16.	ICBP	1,85	2,03	3,03
17.	INDF	0,64	0,63	0,96
18.	JPFA	1,54	1,11	0,98
19.	KEJU	3,03	3,05	2,58
20.	LSIP	0,79	0,63	0,54
21.	MLBI	14,95	17,57	11,74
22.	MYOR	4,02	4,36	3,64
23.	PSGO	2,86	1,63	1,12
24.	ROTI	2,93	3,05	2,97
25.	SIMP	0,36	0,31	0,27
26.	SKBM	0,63	0,61	0,51
27.	SKLT	3,09	2,28	2,38
28.	SMAR	0,87	0,74	0,60

NO	KODE	Price to Book Value (PBV)		
		2021	2022	2023
29.	SSMS	1,50	2,17	5,00
30.	STTP	3,00	2,55	2,53
31.	TBLA	0,65	0,54	0,51
32.	TGKA	3,65	3,19	2,69
33.	ULTJ	3,53	2,93	2,76
Jumlah		82,01	80,59	73,56
Rata-rata		2,49	2,44	2,23
Pertumbuhan (%)			-2,01%	-8,61%

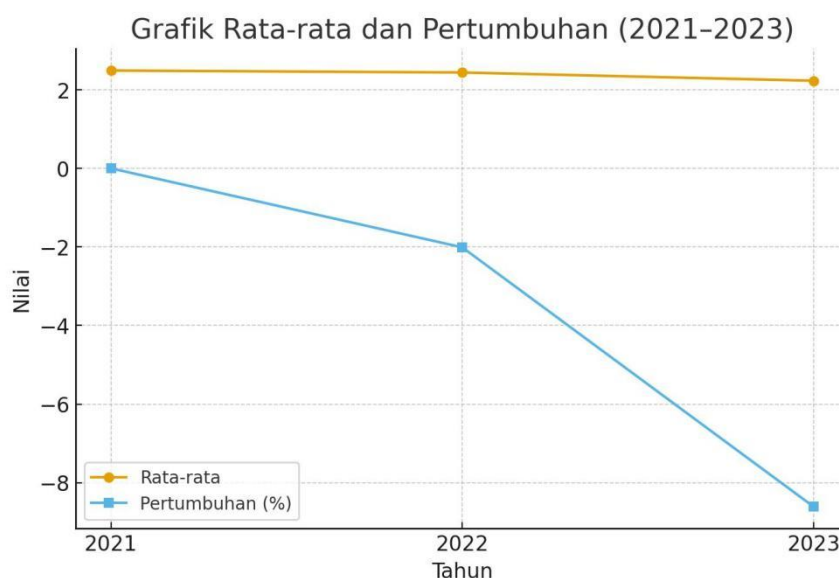
Sumber : *data diolah* (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat perkembangan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan yang tergabung dalam sampel penelitian periode 2021–2023. Pada tahun 2021, rata-rata PBV perusahaan tercatat sebesar 2,49 kali. Nilai ini kemudian mengalami sedikit penurunan pada tahun 2022 menjadi 2,44 kali, atau menurun sebesar –2,01%. Kondisi ini menunjukkan bahwa investor mulai menilai perusahaan dengan valuasi yang sedikit lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya, yang kemungkinan disebabkan oleh proses penyesuaian pasar pasca pandemi serta meningkatnya tekanan biaya produksi.

Selanjutnya, pada tahun 2023, rata-rata PBV kembali turun menjadi 2,23 kali, atau mengalami penurunan sebesar –8,61% dibandingkan tahun 2022. Penurunan ini mengindikasikan melemahnya persepsi investor terhadap prospek kinerja perusahaan pada periode tersebut.

Secara keseluruhan, perkembangan PBV pada periode 2021–2023 menunjukkan tren penurunan yang bertahap, meskipun masih terdapat

fluktuasi di beberapa tahun. Hal ini menggambarkan bahwa nilai pasar perusahaan cenderung melemah dibandingkan nilai bukunya. Meskipun demikian, terdapat beberapa perusahaan dengan PBV yang tetap tinggi, seperti MLBI, CLEO, dan GOOD, yang mencerminkan masih adanya kepercayaan investor terhadap fundamental dan kinerja positif perusahaan-perusahaan tersebut. Namun secara umum, sektor makanan dan minuman mengalami penurunan valuasi pasar yang dapat berdampak pada tingkat kepercayaan investor secara keseluruhan.



Gambar 1. Rata-Rata Pertumbuhan Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan dan Minuman (2021-2023)

Dengan demikian, penelitian ini difokuskan pada dua variabel utama, yaitu likuiditas dan profitabilitas, untuk menganalisis pengaruhnya terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman. Fokus tersebut dianggap penting karena kajian yang secara spesifik membahas kedua variabel ini dalam konteks industri makanan dan minuman masih tergolong terbatas,

khususnya pada periode pasca pandemi COVID-19 yang membawa dampak besar terhadap kondisi keuangan dan operasional perusahaan.

Nilai perusahaan merepresentasikan persepsi investor terhadap kinerja serta prospek masa depan suatu perusahaan. Dua faktor yang diperkirakan berpengaruh signifikan adalah likuiditas, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, dan profitabilitas, yang mencerminkan kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan secara berkesinambungan. Kedua variabel tersebut diyakini berperan penting dalam membentuk kepercayaan investor dan menentukan valuasi pasar perusahaan di sektor makanan dan minuman.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini lebih lanjut dengan judul: “ Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan : Studi pada Industri Makanan & Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi mahasiswa/i untuk memperluas pengetahuan khususnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, likuiditas dan profitabilitas pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi manajemen perusahaan, Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana dalam pemahaman dibidang manajemen keuangan terutama dalam aspek penilaian nilai perusahaan.
- b. Bagi Investor, Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan investor dalam melakukan analisis fundamental sebelum menanamkan modal di sektor makanan dan minuman.

- c. Bagi peneliti selanjutnya, Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam menyusun rekomendasi strategi keuangan yang lebih seimbang antara likuiditas dan profitabilitas.