

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan *Food and beverage* adalah entitas yang beroperasi di sektor kuliner dan penyegaran. Bisnis di industri ini menunjukkan stabilitas yang luar biasa selama penurunan keuangan atau tantangan ekonomi. Stabilitas ini muncul karena perusahaan-perusahaan ini secara konsisten mempertahankan pelanggan makanan dan minuman sangat penting untuk kehidupan sehari-hari. Sektor ini diklasifikasikan sebagai salah satu kategori dalam sektor industri di Bursa Efek Indonesia (IDX), menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan sejalan dengan peningkatan populasi Indonesia. Seiring intensifikasi persaingan di era globalisasi ini, peningkatan nilai perusahaan telah muncul sebagai tujuan utama bagi semua bisnis. Mirip dengan perusahaan lain, perusahaan makanan dan minuman berupaya untuk mengoptimalkan pendapatan mereka. Ketika perusahaan-perusahaan ini melihat peningkatan keuntungan, nilai perusahaan secara keseluruhan juga meningkat, yang menyebabkan harga saham lebih tinggi. Selain itu, investor lebih cenderung berinvestasi di perusahaan yang menunjukkan kinerja yang kuat dan potensi peningkatan nilai perusahaan. (Arum, Hidayat and Supardi, 2024).

Industri makanan dan minuman (*food and beverage*) di Indonesia menunjukkan tren pemulihan dan pertumbuhan yang nyata pasca-pandemi, didorong oleh peningkatan konsumsi domestik, program pangan pemerintah, serta ekspansi rantai ritel dan F&B modern. Pada 2022 diperkirakan total pendapatan (*revenue*) perusahaan tercatat di

subsektor *Food & Beverage* mencapai tingkat triliunan rupiah dimana estimasi nilai agregat revenue tercatat oleh analis industri mencapai sekitar IDR 626,3 triliun pada 2022 (Purnamawati, I.G.A., & Yuniarta, 2023). Selanjutnya, pencatatan statistik menunjukkan bahwa nilai penjualan bisnis jasa makanan dan minuman di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, yang menandakan bahwa subsektor ini memiliki daya tahan dan potensi pertumbuhan yang kuat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam publikasi Statistik Usaha Akomodasi dan Makan Minum 2023, tercatat bahwa nilai penjualan usaha makanan dan minuman pada tahun 2023 meningkat secara signifikan dibandingkan tahun 2022 (Statistik, 2023). Peningkatan tersebut didorong oleh tingginya tingkat konsumsi masyarakat, pertumbuhan penduduk usia produktif, serta perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin praktis dan konsumtif terhadap produk olahan makanan dan minuman siap saji.

Tabel 1. Perkembangan Nilai Perusahaan Industri Food & Beverage Yang Terdaftar di BEI Periode 2022-2024

No	Perusahaan	Price To Book Value		
		2022	2023	2024
1.	AALI	0,69	0,60	0,51
2.	BISI	1,57	1,40	1,06
3.	BWPT	1,00	0,78	0,76
4.	CPIN	3,52	3,05	2,58
5.	DLTA	3,06	3,02	2,02
6.	DSNG	0,78	0,66	1,02
7.	GOOD	5,78	4,56	3,79
8.	ICBP	2,03	1,98	1,98
9.	INDF	0,63	0,56	0,62
10.	JPFA	1,11	0,98	1,37
11.	LSIP	0,63	0,53	0,53
12.	MLBI	17,57	11,73	9,76
13.	MYOR	4,35	3,64	3,63
14.	ROTI	3,04	2,97	2,60

No	Perusahaan	Price To Book Value		
		2022	2023	2024
15.	SIMP	0,31	0,27	0,24
16.	SMAR	0,74	0,60	0,53
17.	TBLA	0,54	0,51	0,44
18.	TGKA	3,19	2,69	2,38
19.	ULTI	2,93	2,76	2,53
	Jumlah	52,67	42,34	38,76
	Rata-rata	2,77	2,23	2,04
	Pertumbuhan (%)	-	-19,6%	-8,46%

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa nilai perusahaan industri *Food & Beverage* yang diukur melalui rasio *Price to Book Value* (PBV) mengalami penurunan secara bertahap selama Periode 2022–2024. Rata-rata PBV turun dari 2,77 pada tahun 2022 menjadi 2,23 pada tahun 2023, dan kembali menurun menjadi 2,04 pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan negatif masing-masing sebesar -19,6% pada 2023 dan -8,46% pada 2024. Penurunan ini menunjukkan bahwa secara umum pasar menilai prospek pertumbuhan dan profitabilitas emiten di sektor ini mengalami pelemahan dalam tiga tahun terakhir. Beberapa perusahaan seperti MLBI, GOOD, dan CPIN yang sebelumnya memiliki PBV tinggi juga menunjukkan tren penurunan signifikan, mengindikasikan berkurangnya optimisme investor terhadap kinerja masa depan perusahaan-perusahaan besar di sektor tersebut. Meskipun demikian, terdapat beberapa pengecualian seperti DSNG dan JPFA yang mengalami peningkatan PBV pada tahun 2024, menandakan bahwa sebagian kecil emiten masih mampu mempertahankan kepercayaan pasar melalui strategi bisnis yang adaptif.

Perusahaan perlu menjaga stabilitas kinerja keuangan agar tetap menarik bagi investor. Nilai perusahaan menjadi indikator penting karena mencerminkan persepsi pasar dan kepercayaan investor terhadap prospek masa depan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kesejahteraan pemegang saham. Nilai ini tercermin dari kemampuan perusahaan menjaga dan meningkatkan harga sahamnya. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku per lembar saham (Barnades and Suprihhadi, 2020).

Profitabilitas merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan karena mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktivitas operasional, penjualan, maupun investasi (Narwathi, Mudjijah and Luhur, 2024). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi pengelolaan aset dan modal perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Dalam penelitian ini, Profitabilitas diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA), ROA menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki (Fadilla, Vaya and Dillak, 2019) ,

Namun demikian, tingginya profitabilitas saja belum cukup untuk menjamin peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan, karena nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas kegiatan usahanya. Oleh sebab itu, pertumbuhan perusahaan menjadi faktor penting lain yang turut menentukan nilai perusahaan (Affandi and Kusuma, 2024). Pertumbuhan

perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualannya dari waktu ke waktu, dalam penelitian ini pertumbuhan perusahaan diukur menggunakan pertumbuhan penjualan (Sales growth). Pertumbuhan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memperluas pasar, meningkatkan volume penjualan, serta memperkuat posisi kompetitifnya, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan laba dan nilai perusahaan (Lanawaang *et al.*, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh (Saputri and Giovanni, 2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor. Hasil ini mendukung teori Signaling, yang menjelaskan bahwa laba yang tinggi merupakan sinyal positif bagi investor tentang prospek perusahaan di masa depan. Namun, temuan tersebut tidak selalu konsisten dengan hasil penelitian lain. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (Farizki and Masitoh, 2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena peningkatan laba tidak selalu diikuti dengan peningkatan harga saham atau persepsi positif investor.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan, maka penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali **“Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Industri *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2022–2024.”** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta untuk

menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor industri food and beverage yang terdaftar di BEI selama periode penelitian.. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris terbaru serta memperkuat pemahaman mengenai bagaimana profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan memengaruhi nilai perusahaan dalam konteks industri yang stabil namun sangat kompetitif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) Periode 2022-2024?
2. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) Periode 2022-2024?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah di atas, maka disusun beberapa tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri *food and beverage* di bursa efek Indonesia (BEI) Periode 2022-2024.
2. Untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri *food and beverage* di bursa efek Indonesia (BEI) Periode 2022-2024.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Adapun manfaat teoritis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan, khususnya mengenai pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan di industri *food and beverage* di bursa efek Indonesia (BEI)
- b. Dapat dijadikan referensi serta bahan kajian pembaca ataupun peneliti yang tertarik untuk meneliti pengaruh profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan di industri *food and beverage* di bursa efek Indonesia (BEI)

2. Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat praktis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan, pengetahuan dan pemahaman yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi instansi terkait yang khususnya bagi perusahaan di industri *food and beverage* yang terdaftar di bursa efek Indonesia, penelitian ini juga diharapkan menjadi sumber informasi yang berguna dalam mengembangkan strategi dan pengelolaan keuangan yang lebih efektif guna meningkatkan nilai perusahaan di sektor tersebut.