

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Peningkatan konsumsi rumah tangga dan industri makanan dan minuman yang berkembang pesat menjadi pendorong perekonomian Indonesia. Saat ini, dengan meningkatnya pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman mengakibatkan perusahaan lokal dalam industri ini gencar melakukan perkembangan dan inovasi baru untuk menjual produk mereka kepada konsumen. Pengelolaan makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang memiliki potensi tinggi dalam dunia bisnis, sehingga persaingan perusahaan dalam industri ini pun ketat (Abdurrahman *et al.*, 2024). Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis mengharuskan perusahaan untuk berlomba-lomba dalam mencapai tujuan perusahaan.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai. Salah satunya yakni memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan merupakan pandangan investor tentang sebuah perusahaan yang identik dengan harga saham. Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan *price to book value* (PBV) (Oktavia & Gusti, 2024). Sedangkan menurut Dewi & Asyik (2021) nilai perusahaan adalah persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan di masa depan, yang biasa diukur dengan rasio *price to book value*. Nilai perusahaan mencerminkan seberapa besar pasar menghargai perusahaan tersebut dibandingkan dengan

nilai buku atau asetnya. Penggunaan rasio PBV dalam menghitung nilai perusahaan dapat dengan tepat menggambarkan nilai perusahaan karena rasio ini membandingkan harga saham dengan nilai buku saham (Fatima *et al.*, 2023).

Industri makanan dan minuman merupakan sektor industri yang sangat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional namun, pada tahun 2018- 2023 rata-rata nilai perusahaan pada industri ini mengalami penurunan. Fenomena ini terjadi ketika masuknya wabah *corona virus disease* 2019 (COVID-19) yang berdampak menurunnya harga saham karena investor memutuskan untuk menjual kembali sahamnya guna mengamankan investasi.

**Tabel 1.1 Rata-Rata PBV Industri F&B Tahun 2018-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Rata-rata PBV (x)</b>	<b>Rata-rata PER (x)</b>
2018	1,47x	18x
2019	3,75x	20x
2020	2,73x	22x
2021	2,61x	24x
2022	2,34x	25x
2023	1,91x	23x

Sumber: BEI, 2025

Berdasarkan tabel 1.1 rata-rata *Price to Book Value* (PBV) dan *Price Earning Ratio* (PER) perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018 hingga 2023, terlihat adanya fluktuasi yang mencerminkan dinamika nilai perusahaan selama enam tahun terakhir. Pada tahun 2018, rata-rata PBV tercatat sebesar 1,47 kali dengan PER sebesar 18 kali. Nilai PBV meningkat tajam pada tahun 2019 menjadi 3,75 kali, sementara PER juga naik menjadi 20 kali. Namun, pada tahun 2020, ketika pandemi COVID-19

mulai melanda, terjadi penurunan nilai PBV menjadi 2,73 kali meskipun PER justru meningkat menjadi 22 kali. Tren penurunan PBV berlanjut pada tahun-tahun berikutnya, yaitu menjadi 2,61 kali di tahun 2021, 2,34 kali di tahun 2022, dan mencapai angka terendah sebesar 1,91 kali di tahun 2023. Sebaliknya, PER mengalami peningkatan secara bertahap hingga mencapai puncaknya pada tahun 2022 sebesar 25 kali, kemudian sedikit menurun menjadi 23 kali pada tahun 2023. Pola ini menunjukkan bahwa meskipun profitabilitas relatif meningkat, namun nilai pasar relatif terhadap nilai buku perusahaan cenderung menurun, yang bisa disebabkan oleh menurunnya kepercayaan investor terhadap prospek jangka panjang perusahaan atau perubahan ekspektasi pasar terhadap sektor F&B pasca pandemi (Fatimah & Idayati, 2024).

Perusahaan dengan kinerja yang bagus akan terus mengalami pertumbuhan dan memiliki prospek yang baik pula dimasa depan. Pertumbuhan suatu perusahaan dapat dilihat melalui peningkatan laba, penjualan, modal dan aset yang dimiliki perusahaan (Alghifari *et al.*, 2022). Menurut Oktavia & Gusti (2024) Pertumbuhan perusahaan adalah mengacu pada peningkatan kapasitas bisnis yang dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan, laba bersih, aset, atau pangsa pasar dari waktu ke waktu. Pertumbuhan menurut Amelia & Hartono (2024) merupakan perubahan (penurunan atau peningkatan) total aktiva yang dimiliki perusahaan. Industri makanan dan minuman (F&B) di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang positif sepanjang tahun 2018 hingga 2023.

Pertumbuhan ini tercermin dari peningkatan total aset sejumlah perusahaan F&B yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

**Tabel 1.2 Pertumbuhan Perusahaan F&B 2018 - 2023**

<b>Tahun</b>	<b>PDB (dalam Miliar)</b>	<b>Pertumbuhan</b>
2018	690.463	7,91%
2019	744.171	7,78%
2020	755.915	1,58%
2021	775.098	2,54%
2022	813.062	4,90%
2023	849.396	4,47%

Sumber: BPS, 2025

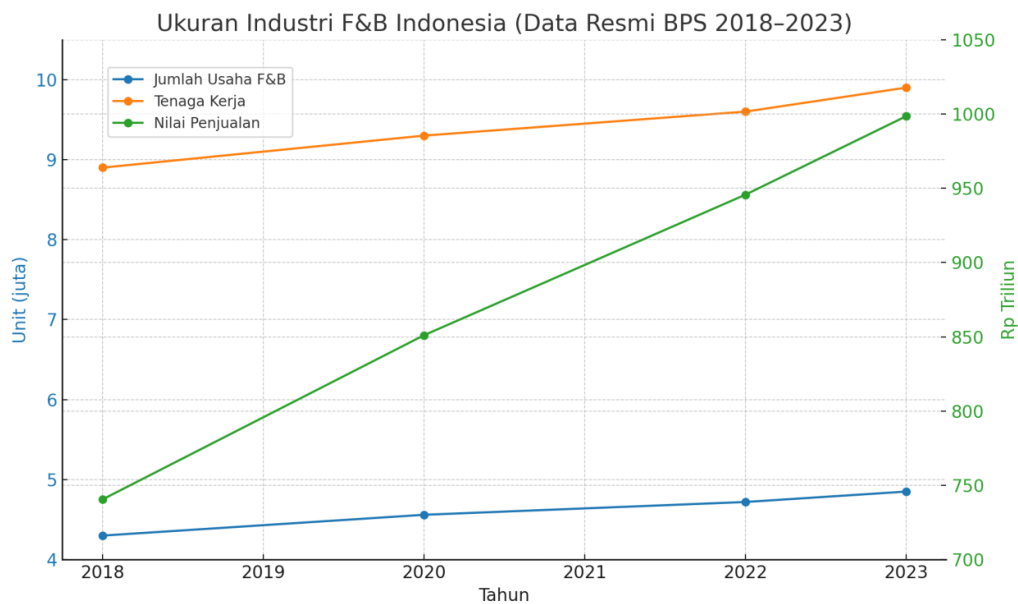
Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami peningkatan dari tahun 2018 hingga 2023, meskipun dengan tingkat pertumbuhan yang bervariasi. Pada tahun 2018 hingga 2019, pertumbuhan PDB berada pada level yang cukup tinggi, yaitu sekitar 7,9% dan 7,8%. Namun, pada tahun 2020 terjadi penurunan tajam pertumbuhan menjadi hanya 1,58%, kemungkinan besar akibat dampak pandemi COVID-19 yang memengaruhi aktivitas ekonomi secara global. Selanjutnya, pada tahun 2021 hingga 2023, pertumbuhan PDB kembali membaik dengan tingkat pertumbuhan di kisaran 2,5% hingga hampir 5%, menandakan pemulihan ekonomi yang berlangsung secara bertahap. Kenaikan PDB dan pertumbuhan ekonomi yang positif ini biasanya memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketika perekonomian tumbuh, perusahaan cenderung mengalami peningkatan pendapatan dan profitabilitas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai pasar perusahaan (Maharani, 2023). Sebaliknya, perlambatan ekonomi, seperti yang terjadi pada tahun 2020, bisa menekan

kinerja perusahaan dan mengurangi nilai perusahaan di mata investor. Oleh karena itu, pertumbuhan PDB yang stabil dan meningkat menjadi salah satu indikator penting yang mendukung penguatan nilai perusahaan secara keseluruhan (Sultan *et al.*, 2023).

Hal ini tentu sesuai Dewi & Asyik (2021) menyatakan pertumbuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan maka mencerminkan semakin baik prospek perusahaan sehingga akan membuat nilai perusahaan juga akan meningkat. Namun hal ini berbanding terbalik dengan penelitian Erdi (2024) bahwa jika perusahaan mengalami pertumbuhan tidak akan berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Perusahaan yang berkembang pesat akan membutuhkan jumlah dana yang lebih besar dan juga lebih banyak menahan laba untuk memperluas bisnis mereka. Dengan demikian, pertumbuhan perusahaan yang tinggi tidak akan meningkatkan nilainya atau kepercayaan investor karena hasilnya semakin sedikit yang dapat diberikan kepada pemegang saham.

Selain itu keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat melalui ukuran perusahaan (Yadav *et al.*, 2022). Ukuran perusahaan atau lebih sering disebut size ialah suatu indikator yang dapat menunjukkan kekuatan finansial perusahaan. Ahmed, (2023) Ukuran perusahaan merupakan indikator skala atau besarnya perusahaan, yang biasanya diukur menggunakan total aset, total penjualan, atau kapitalisasi pasar. Ukuran yang besar umumnya mencerminkan kekuatan sumber daya dan kapasitas operasional yang lebih besar. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka cenderung

menggunakan modal asing juga semakin besar (Alia & Oktaviani, 2024). Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkannya yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi. Berikut ukuran perusahaan F&B di Indonesia dari tahun 2018-2023,



Sumber: BPS, 2025

### Gambar 1.1 Ukuran Industri F&B Indonesia dari tahun 2018-2023

Grafik menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam ukuran industri F&B Indonesia dari tahun 2018 hingga 2023, berdasarkan data resmi BPS. Jumlah usaha F&B meningkat dari sekitar 4,5 juta menjadi hampir 5 juta unit, sementara tenaga kerja di sektor ini juga naik stabil dari 9 juta ke lebih dari 10 juta orang. Yang paling mencolok adalah peningkatan nilai penjualan dari sekitar Rp 750 triliun menjadi lebih dari Rp 1.000 triliun. Peningkatan jumlah pelaku usaha, tenaga kerja, dan nilai penjualan ini mencerminkan ekspansi

industri F&B secara menyeluruh. Pertumbuhan tersebut secara langsung maupun tidak langsung berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, karena perusahaan-perusahaan dalam sektor ini beroperasi di pasar yang semakin luas, dengan potensi pendapatan dan skala ekonomi yang lebih besar. Nilai perusahaan akan cenderung meningkat seiring dengan membesarnya pangsa pasar, naiknya pendapatan, serta peningkatan posisi strategis industri F&B di perekonomian nasional (Rohmatulloh, 2023). Pertumbuhan industri yang sehat juga memperkuat persepsi investor terhadap prospek jangka panjang, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan valuasi atau kapitalisasi pasar perusahaan-perusahaan dalam sektor ini (Fadillah *et al.*, 2025).

Hasil penelitian Faizra (2022) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan cerminan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian Clarinda *et al.* (2023) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan karena para investor mempunyai kekhawatiran pada perusahaan yang mempunyai total aset yang lebih besar karena manajemen perusahaan memiliki kebebasan untuk menggunakan aset perusahaan. Oleh karena itu dari sudut pandang pemilik perusahaan, total aset yang besar dapat menurunkan nilai perusahaan.

Perusahaan dapat dikatakan baik jika perusahaan tersebut mampu menghasilkan keuntungan atau profitabilitas (Saputri & Giovanni, 2021). Menurut Isnaeni *et al.* (2021) profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Yadav *et al.* (2022) Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari operasionalnya. Rasio yang sering digunakan adalah *Return on Assets (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)*. Profitabilitas mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola sumber daya. Dengan demikian, rasio profitabilitas merupakan alat untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan (Lailatus *et al.*, 2024). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mengoptimalkan kinerjanya guna menghasilkan laba sebagai bentuk tanggung jawab terhadap kesejahteraan para pemegang saham (Febriani *et al.*, 2021).



**Gambar 1.2 Profitabilitas Industri F&B di Indonesia 2018-2024**

Gambar 1.2 menunjukkan peningkatan laba bersih dan margin laba bersih industri F&B di Indonesia selama periode 2018 hingga 2024. Laba bersih meningkat dari sekitar Rp 420 miliar pada tahun 2018 menjadi puncaknya di atas Rp 720 miliar pada tahun 2023, sementara margin laba bersih juga tumbuh dari 6,7% menjadi lebih dari 8,4% di periode yang sama. Meskipun terdapat sedikit penurunan pada tahun 2024, kinerja keseluruhan menunjukkan tren positif. Peningkatan laba dan efisiensi ini sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena laba yang lebih tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang kuat dan kemampuan menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan (Handayani & Pranoto, 2025). Hal ini meningkatkan kepercayaan investor, yang dapat mendorong harga saham naik dan meningkatkan valuasi pasar perusahaan. Selain itu, margin laba bersih yang tinggi menunjukkan efisiensi operasional, yang juga merupakan indikator penting dalam menilai nilai intrinsik suatu perusahaan (Laksono & Rahayu, 2021). Dengan kata lain, semakin tinggi dan stabil profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin besar pula nilai perusahaan tersebut di mata investor dan pasar keuangan.

Melalui penggunaan ROA, investor mampu mengevaluasi potensi suatu perusahaan dalam mendorong pertumbuhan bisnisnya. Selain itu, ROA juga berfungsi untuk mengoptimalkan pemanfaatan aset perusahaan (Nur'Aini & Mariani, 2024). Semakin tinggi ROA semakin baik pula total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan sehingga mampu memberikan laba bagi perusahaan, begitu pula sebaliknya (Kammagi, 2023).

Berdasarkan *teori signaling*, manajemen bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang dan pemilik saham melalui penyampaian informasi keuangan. Laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan berfungsi sebagai sinyal mengenai pertumbuhan profitabilitas serta perubahan harga saham (Susanto & Suryani, 2024).

Hal ini sejalan dengan Maghfirandito & Adiwibowo (2022) profitabilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat diterima. Semua investor pasti menginginkan keuntungan. Investor tidak ingin berinvestasi di perusahaan yang merugi. Salah satu pertimbangan investor dalam memilih perusahaan untuk diinvestasikan yaitu melalui indikator profitabilitas. Sejalan dengan Maharesi & Listyorini (2023) kondisi ini menunjukkan bahwa dengan adanya laba dalam kepemilikan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, semakin besar laba yang diukur dengan profitabilitasi perusahaan dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Sedangkan, jika hasil yang diukur terhadap profitabilitas perusahaan turun, hal ini dapat berdampak pada menurunnya nilai perusahaan.

Penelitian ini terdiri dari empat variabel, dari empat variabel tersebut yang akan diteliti diantaranya pengaruh pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas dan nilai perusahaan. Berikut merupakan *gap research* dan penguatan argument dari penelitian yang sejalan dengan penulis. Penelitian Faizra (2022) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial, namun berpengaruh

secara simultan bersama profitabilitas, yang menunjukkan adanya potensi interaksi antar variabel yang belum diulas lebih mendalam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu mengeksplorasi hubungan lebih kompleks antar variabel tersebut serta menambahkan variabel lain untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian Anggraini & Agustiniingsih (2022) bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan, sementara ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh secara parsial. Namun, penelitian ini belum mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin turut memengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur modal, kebijakan dividen, atau aspek tata kelola perusahaan. Peroleh gambaran yang lebih lengkap mengenai determinan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Clarinda *et al.* (2023) menunjukkan hasil yang berbeda dari sebagian besar penelitian sebelumnya, di mana profitabilitas, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan justru berpengaruh negatif. Temuan ini membuka ruang untuk kajian lebih lanjut karena secara teori, variabel-variabel tersebut umumnya dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi nilai perusahaan. Ketidaksesuaian hasil ini mengindikasikan kemungkinan adanya variabel mediasi atau moderasi yang belum dipertimbangkan, seperti risiko bisnis, stabilitas ekonomi, atau kualitas manajemen.

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan, permasalahan dalam penelitian ini maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan F&B Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023)”**

### **B. Batasan Masalah**

Batasan penelitian ini ditetapkan agar dalam melakukan penelitian ini fokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian ini tidak menyimpang dan terlalu luas:

1. Subjek penelitian ini adalah perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang, adapun rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah ada pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023?
2. Apakah ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023?
3. Apakah ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bukti empiris ada pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.
2. Untuk mengetahui bukti empiris ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.
3. Untuk mengetahui bukti empiris ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru tentang interaksi antara pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas dalam kaitannya dengan nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Akademisi**

Penelitian ini menambah literatur yang ada dengan mengkaji dampak pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap

nilai perusahaan F&B yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023.

b. Bagi Peneliti

Bermanfaat untuk menambah referensi dalam melakukan penelitian ini dan mampu untuk mempertimbangkan dalam menentukan faktor-faktor dan variabel-variabel yang mampu mendukung penelitian ini terkait dengan nilai perusahaan.

c. Bagi Investor/Masyarakat

Bermanfaat untuk masyarakat dalam memberikan sebuah informasi dan juga pengetahuan terkait pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.