

BAB I

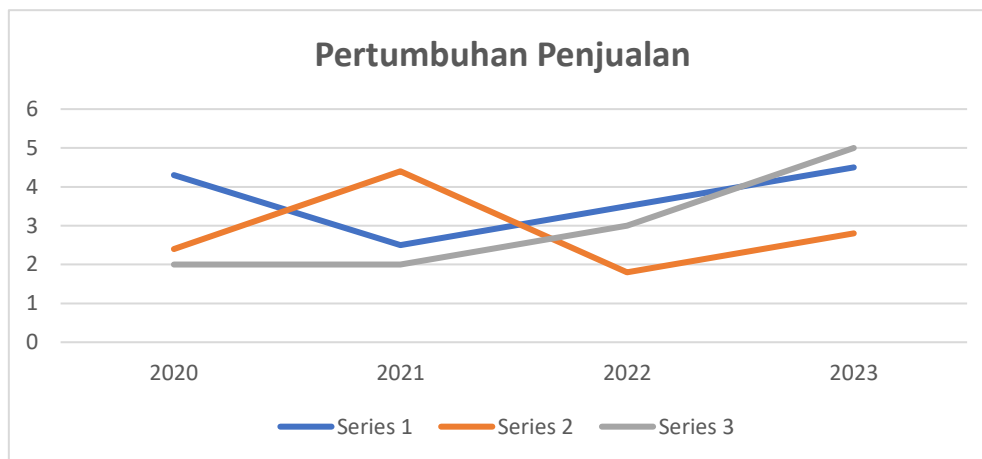
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu subsektor manufaktur yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia serta bisa menjadi ketahanan relative tinggi terhadap fluktuasi ekonomi. Perusahaan subsector ini menghadapi karakteristik khas berupa risiko kerusakan persediaan dan permintaan konsumen yang cepat berubah, sehingga pengelolaan dan pembiayaan yang efisien menjadi aspek strategis dalam mendukung pertumbuhan penjualan. Pembiayaan persediaan berkontribusi dalam menjaga kemampuan Perusahaan pada ketersediaan bahan baku dan produk tanpa mengorbankan likuiditas dan profitabilitas.

Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari bertambahnya penjualan yang dapat ditandakan dengan meningkatnya penjualan dan pertumbuhan penjualan dalam suatu usaha. pertumbuhan penjualan ialah meningkatnya volume penjualan suatu usaha dalam memperoleh sebuah keuntungan. uang yang masuk dari pertumbuhan penjualan yang dicapai dari kegiatan penjualan guna menunjang kegiatan operasionalnya dan juga keberlangsungan suatu hidup usaha tersebut. pertumbuhan penjualan ini juga termasuk sumber penghasilan suatu usaha yang cukup lumayan besar, dan juga termasuk aktivitas penjualan produk/jasa yang mana merupakan sumber pendapatan utama di sebuah usaha (PUTRI, 2024).

Gambar 1.1
Grafik Pertumbuhan Penjualan



Salah satu faktor kunci dari keberhasilan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah adalah profitabilitas. pentingnya profitabilitas yaitu untuk menilai kemampuan Perusahaan dalam menghasilkan labar dari sumber daya yang dikelola (Matullesy et al., 2024),

Rasio pembiayaan persediaan termasuk salah satu aset suatu perusahaan yang dapat berhubungan langsung untuk menghasilkan laba persediaan (silalahi, 2021).

Likuiditas termasuk salah satu factor penting untuk menilai kemampuan suatu usaha untuk dapat memenuhi kewajiban lancarnya saat sudah jatuh tempo. ada dua

factor penting yang dapat dipertimbangkan untuk menilai suatu tingkat likuiditas dari suatu usaha, yaitu aktiva lancar dan hutang lancar (pasolo, 2020).

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Smart Finance Strategy: Hubungan Antara Pembiayaan Persediaan, Profitabilitas, dan Likuiditas dalam mendorong pertumbuhan Penjualan makanan dan minuman di bursa efek indonesia”**. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan studi sebelumnya karena menggabungkan pembiayaan persediaan, profitabilitas, dan likuiditas untuk mendorong peningkatan penjualan, tidak hanya berfokus pada kinerja keuangan. Fokus penelitian ini ada pada industri makanan dan minuman di Indonesia sehingga bisa memberikan konteks yang lebih spesifik dan aplikatif. Selain itu, Pemanfaatan data Perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia membuat hasil penelitian lebih relevan serta dapat di pertanggungjawabkan. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini dapat menghadirkan sudut pandang yang lebih menyeluruh dan praktis mengenai peran strategi keuangan dan mendorong pertumbuhan bisnis secara nyata.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana pengaruh rasio pembiayaan persediaan terhadap rasio pertumbuhan penjualan pada Bursa Efek Indonesia?
- 2) Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan pada Bursa Efek Indonesia?
- 3) Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan pada Bursa Efek Indonesia?
- 4) Bagaimana pengaruh profitabilitas, rasio pembiayaan persediaan, dan likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan pada Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh rasio pembiayaan persediaan terhadap pertumbuhan penjualan.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan penjualan.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh rasio pembiayaan persediaan, profitabilitas, likuiditas terhadap pertumbuhan penjualan.

1.4 Tinjauan Pustaka

1.4.1 Rasio Pembiayaan Persediaan

Pembiayaan Persediaan ialah jenis pembiayaan perbankan syariah yang diperuntukkan untuk mendanai persediaan barang atau jasa milik nasabah (Danupranata, 2018).

Persediaan ialah barang atau sumber daya penting bagi perusahaan yang harus di kelola dengan baik (Akbar, 2021).

Indikator Rasio pembiayaan persediaan yaitu:

$$\text{Inventory Financing Ratio} : \frac{\text{Utang jangka pendek terkait persediaan}}{\text{Total Persediaan}}$$

1.4.2 Profitabilitas

Profitabilitas yaitu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset atau modal yang dimiliki (Daminto,2019). Rasio ini dapat dibagi menjadi dua jenis tergantung investasinya, yaitu *Return On Assets* dan *Return On Equity* (Andriyani & Arif, 2024).

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam periode tertentu serta mengukur efektivitas manajemen. Indikatornya meliputi Net Profit Margin (NPM), Return on Investment (ROI), dan Return on Equity (ROE) (Kasmir, 2022).

Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari operasinya serta efektivitas pengelolaan sumber daya. Indikatornya meliputi Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE). (Brigham & Houston, 2020).

1.4.3 Likuiditas

Likuiditas ialah sebuah kemampuan untuk mengukur perbandingan antara aset lancar dengan kewajiban lancar, Dimana aset lancar merupakan sumber daya yang digunakan oleh Perusahaan dalam kegiatan operasional sehari-hari (Ariesa et al., 2020).

Likuiditas ialah kesanggupan suatu usaha/perusahaan dalam menyediakan dana kas untuk membayar kewajiban utang jangka pendeknya (Kasmir, 2022).

Likuiditas adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek. (Husnan & Pudjiastuti, 2015).

Indikator Likuiditas yaitu: Current ratio, Quick ratio/acid-test ratio, dan cash ratio

1.4.4 Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah ukuran kenaikan penjualan dari waktu ke waktu. Pertumbuhan yang tinggi berdampak positif, tetapi juga meningkatkan kebutuhan aset dan biaya (Suweta & Dewi, 2016).

Pertumbuhan penjualan ialah kenaikan atau penurunan dalam penjualan tahunan yang dihitung sebagai persentase dari total penjualan (Suripto 2019).

Pertumbuhan penjualan ini juga berfungsi sebagai indikator perkembangan suatu usaha/perusahaan dan dapat menjadi suatu ukuran keberhasilan dalam sebuah usaha/perusahaan (Pasaribu, 2023).

Indikator menurut (Suripto 2019) Yaitu :

$$\text{Sales Growth} : \frac{\text{Penjualan Periode ini} - \text{penjualan sebelumnya}}{\text{Penjualan sebelumnya}} \times 100\%$$

1.5 Landasan Teori

1.5.1 Teori pengaruh rasio pembiayaan persediaan terhadap Pertumbuhan Penjualan

Berdasarkan penelitian terdahulu “Working Capital Level Influence on SME Profitability”, Pada hasil uji telitinya menunjukkan bahwa pembiayaan persediaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan penjualan (Afrifa, G. A., & Padachi, 2021).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembiayaan persediaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan penjualan (Napitulu, 2022).

Berdasarkan penelitian terdahulu “Wall-mart’s Dilemma in the 21st Century : Sales Growth Vs. Inventory Growth”, Menunjukkan hasil ujinya bahwa pembiayaan persediaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan penjualan (Growth & Inventory, 2015).

1.5.2 Teori pengaruh profitabilitas terhadap Pertumbuhan Penjualan

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, berdasarkan uji statistik menggunakan model OLS dan KLS (Ali et al., 2025).

Berdasarkan jurnal penelitian terdahulu “Pengaruh pertumbuhan penjualan, leverage dan ukuran Perusahaan terhadap profitabilitas (Studi pada Perusahaan yang terdaftar di BEI Periode 2016-2020”, Hasil uji yang dapat diketahui bahwa Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada Perusahaan sub sektor telekomunikasi periode 2016-2020 (Ahmad, Eva fauziah ; Verdika, 2023).

Berdasarkan jurnal penelitian terdahulu “Pengaruh likuiditas, solvabilitas, perputaran modal kerja, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia”, Pada hasil uji yang diteliti menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas (Aryani, 2021).

1.5.3 Teori pengaruh Likuiditas terhadap Pertumbuhan Penjualan

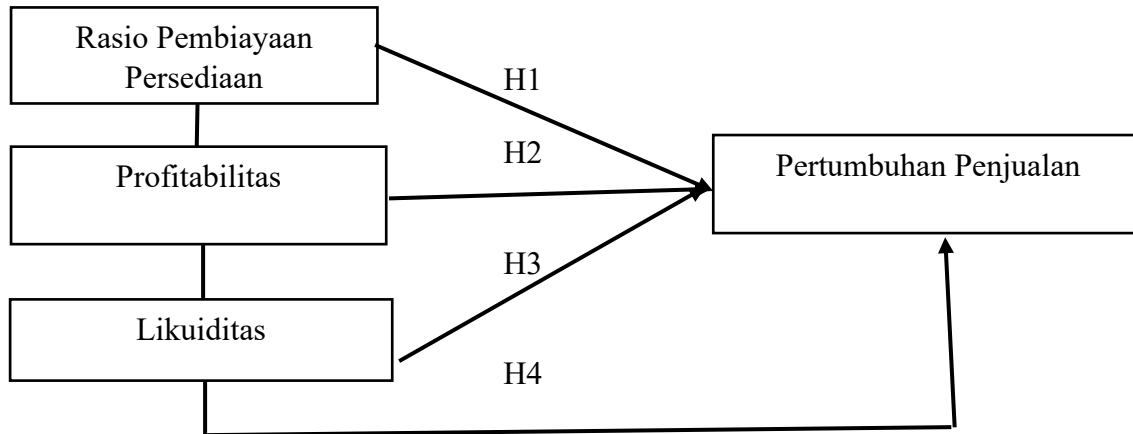
Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap likuiditas pada perusahaan food and beverages (Indarti, Pipit ratna ; Oetomo, 2019).

Bedasarkan jurnal penelitian terdahulu “Pengaruh perputaran persediaan, perputaran piutang dan pertumbuhan penjualan terhadap likuiditas pada Perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia”, Pada hasil yang diteliti menunjukkan pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif terhadap likuiditas pada Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2011-2013 (Gaol, 2015).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap likuiditas pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2016–2019 (Nasution, 2021).

1.6 Kerangka Konseptual

Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas terhadap rasio pembiayaan persediaan bisa digambarkan dalam bagan kerangka pemikiran berikut:



Gambar 1.2
Kerangka konseptual

1.7 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pernyataan yang ada pada perumusan masalah penelitian.

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H1 : Pembiayaan persediaan berpengaruh dan signifikan terhadap Pertumbuhan Penjualan

H2 : Profitabilitas(ROA) berpengaruh terhadap Pertumbuhan Penjualan

H3 : Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Pertumbuhan Penjualan

H4 : Pembiayaan persediaan, Profitabilitas, dan Likuiditas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Penjualan.