

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki peranan yang sangat strategis dalam sistem perekonomian nasional sebagai wadah resmi yang mempertemukan emiten dan investor dalam aktivitas perdagangan efek yang berlangsung secara terbuka, tertib, dan efisien. Melalui BEI, perusahaan memperoleh akses pendanaan jangka panjang dengan menawarkan saham kepada publik, sementara investor memiliki kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari investasi yang dilakukan. Bagi investor, BEI juga berfungsi sebagai pusat penyedia informasi keuangan melalui laporan keuangan dan keterbukaan informasi material yang disampaikan secara berkala, sehingga dapat digunakan untuk menilai kinerja serta tingkat risiko perusahaan. Di sisi lain, pergerakan indeks saham di BEI sering dijadikan indikator kondisi perekonomian nasional karena mencerminkan dinamika makroekonomi dan perkembangan sektor-sektor industri utama. Oleh karena itu, keberadaan BEI memiliki arti penting tidak hanya bagi pelaku pasar modal, tetapi juga bagi pemerintah dan masyarakat dalam menilai stabilitas ekonomi dan iklim investasi nasional.

Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri yang memiliki peran krusial di Indonesia karena berkaitan langsung dengan pemenuhan kebutuhan pokok masyarakat. Permintaan terhadap produk sektor ini relatif tidak terpengaruh secara signifikan oleh fluktuasi ekonomi, mengingat sifatnya yang esensial dan tidak dapat digantikan. Kondisi tersebut menjadikan sektor makanan dan minuman cenderung lebih stabil dibandingkan sektor lain seperti properti atau manufaktur berat. Selain menjadi kontributor utama terhadap Produk Domestik Bruto dari industri pengolahan nonmigas, sektor ini juga berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, khususnya di kawasan industri. Perkembangan gaya hidup, urbanisasi, serta meningkatnya pendapatan masyarakat kelas menengah turut mendorong pertumbuhan konsumsi makanan dan minuman. Hal ini membuat sektor tersebut semakin diminati oleh investor, baik domestik maupun asing, terutama perusahaan yang mampu berinovasi, memanfaatkan teknologi digital, serta menjaga standar kualitas dan keamanan produk.

Nilai perusahaan mencerminkan penilaian pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi secara berkelanjutan sekaligus menunjukkan kualitas pengelolaan dan prospek jangka panjang perusahaan. Dalam industri makanan dan minuman yang memiliki tingkat persaingan tinggi serta sangat dipengaruhi oleh perubahan selera konsumen, tren kesehatan, dan regulasi, nilai perusahaan menjadi indikator yang sangat penting. Investor umumnya menjadikan nilai perusahaan sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan investasi karena mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba, mengendalikan biaya, dan mempertahankan basis pelanggan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja masa depan, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham dan memperluas peluang pendanaan eksternal. Selain itu, dalam industri yang mengandalkan reputasi merek dan kualitas produk, nilai perusahaan berperan penting dalam menarik mitra strategis, memperluas jaringan distribusi, serta mempertahankan daya saing di pasar nasional maupun global.

Meskipun demikian, besarnya potensi sektor makanan dan minuman tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan yang stabil. Sejumlah perusahaan masih menghadapi fluktuasi nilai akibat rendahnya efisiensi operasional, kurang optimalnya inovasi produk, serta kompleksitas pengelolaan rantai pasok. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh besarnya permintaan pasar, tetapi juga sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengelola operasional dan strategi bisnis secara efektif.

Tabel 1.1. Fenomena Penelitian

Perusahaan	Tahun	Profitabilitas	Size	Likuiditas	Struktur Modal	Nilai Perusahaan
ADES	2020	0,4532	0,4829	1,8870	0,3461	0,5538
	2021	2,8999	0,3014	0,5693	0,6044	0,1152
	2022	0,5624	0,5959	0,5715	0,4800	0,1953
	2023	6,3852	0,5144	0,1155	0,3247	0,3175
	2024	0,1183	0,2323	0,1879	0,7695	0,5751
CEKA	2020	0,1645	0,6518	0,3846	0,6384	0,1678
	2021	0,9996	0,8213	0,5633	0,3395	0,1804
	2022	0,6914	0,3361	0,1490	0,4310	0,5031
	2023	0,1571	0,4126	0,4106	0,5190	0,5567
	2024	0,3057	0,5460	0,3755	0,0255	0,2694
COCO	2020	0,5661	0,3743	0,4538	0,6911	0,5142
	2021	0,4090	0,7072	0,2440	0,7168	0,4784
	2022	0,2579	0,7619	0,3110	0,1443	0,5149
	2023	0,3393	0,1406	0,6498	0,2694	0,3466
	2024	0,8539	0,3094	0,4366	0,5883	0,5070

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2025

Berdasarkan data perusahaan ADES, terlihat bahwa pada tahun 2020 tingkat profitabilitas mencapai 0,4532, namun nilai perusahaan justru mengalami penurunan menjadi 0,5538. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas tidak selalu sejalan dengan kenaikan nilai perusahaan. Fenomena yang berlawanan terjadi pada tahun 2024, ketika profitabilitas ADES menurun tajam hingga 0,1183, tetapi nilai perusahaannya justru meningkat menjadi 0,5751. Pola ketidaksejajaran ini juga ditemukan pada perusahaan CEKA, di mana pada tahun 2021 profitabilitas meningkat signifikan hingga 0,9996, namun nilai perusahaan justru menurun ke angka 0,1804. Fakta-fakta tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan bersifat tidak konsisten dan tidak selalu berbanding lurus. Hal ini mengisyaratkan adanya pengaruh faktor lain di luar profitabilitas yang turut membentuk nilai perusahaan.

Hubungan antara ukuran perusahaan (size) dan nilai perusahaan juga menunjukkan kecenderungan yang tidak stabil. Sebagai contoh, CEKA pada tahun 2021 memiliki ukuran perusahaan yang sangat besar, yaitu 8,8213, tetapi nilai perusahaannya justru tercatat rendah sebesar 0,1804. Sebaliknya, pada tahun 2020, ketika ukuran perusahaan CEKA relatif kecil sebesar 0,6518, nilai perusahaannya justru berada pada level 0,1678. Pola serupa terjadi pada perusahaan COCO, di mana pada tahun 2022 ukuran perusahaan meningkat menjadi 0,7619, namun nilai perusahaan cenderung stagnan di angka 0,5149 dan tidak menunjukkan peningkatan yang berarti dibandingkan tahun sebelumnya. Temuan ini memperlihatkan bahwa pertumbuhan ukuran perusahaan tidak secara otomatis diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan, sehingga ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan satu-satunya tolok ukur dalam menilai nilai perusahaan.

Likuiditas, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, juga memperlihatkan hubungan yang tidak konsisten terhadap nilai perusahaan. Pada ADES tahun 2022, tingkat likuiditas tercatat sangat tinggi sebesar 5,7115, namun nilai perusahaan hanya mencapai 0,1953. Sebaliknya, pada tahun 2024 ketika likuiditas menurun drastis menjadi 0,1879, nilai perusahaan justru meningkat menjadi 0,5751. Kondisi serupa terlihat pada perusahaan COCO, di mana pada tahun 2023 likuiditas meningkat menjadi 0,6498, tetapi nilai perusahaan justru menurun ke angka 0,3466 dari 0,5149 pada tahun sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan likuiditas tidak selalu dipersepsikan positif oleh pasar dan dapat mencerminkan adanya pengelolaan aset lancar yang kurang optimal atau penilaian investor yang berbeda terhadap kondisi keuangan perusahaan.

Struktur modal yang menggambarkan perbandingan antara penggunaan utang dan modal sendiri juga menunjukkan hubungan yang tidak searah dengan nilai perusahaan. Pada ADES tahun 2020, struktur modal berada pada angka 0,3461 dengan nilai perusahaan sebesar 0,5538. Namun, pada tahun 2021 ketika struktur modal meningkat menjadi 0,6940, nilai perusahaan justru turun drastis menjadi 0,1152. Hal serupa terjadi pada CEKA, di mana peningkatan struktur modal dari 0,4310 pada tahun 2022 menjadi 0,5363 pada tahun 2023 justru diikuti oleh penurunan nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingginya proporsi utang tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan dan bahkan dapat memperbesar risiko keuangan yang menurunkan tingkat kepercayaan investor.

Sebagian besar perusahaan berskala kecil dan menengah masih menghadapi keterbatasan dalam hal permodalan, pemanfaatan teknologi, serta kualitas sumber daya manusia, sehingga sulit bersaing secara agresif di pasar. Ketergantungan terhadap bahan baku impor yang sensitif terhadap fluktuasi nilai tukar dan kebijakan perdagangan internasional turut meningkatkan risiko operasional yang berdampak pada nilai perusahaan. Selain itu, rendahnya transparansi laporan keuangan dan penerapan tata kelola perusahaan yang belum optimal menjadi hambatan dalam membangun kepercayaan investor. Dalam beberapa kasus, perusahaan makanan dan minuman juga gagal memenuhi ekspektasi pasar akibat strategi pemasaran yang kurang tepat, sistem distribusi yang tidak efisien, atau ketidakmampuan dalam merespons perubahan pasar. Oleh karena itu, meskipun sektor ini memiliki prospek yang menjanjikan, banyak perusahaan yang belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara konsisten.

Secara teori maupun empiris, profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan struktur modal merupakan variabel penting yang diyakini berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan manajemen dalam memanfaatkan aset dan modal untuk menghasilkan laba, yang umumnya meningkatkan kepercayaan investor. Ukuran perusahaan sering dikaitkan dengan kekuatan pasar, diversifikasi usaha, serta ketahanan terhadap tekanan ekonomi. Likuiditas menggambarkan kestabilan keuangan jangka pendek, sementara struktur modal yang proporsional mencerminkan efisiensi pendanaan dan pengelolaan risiko. Keempat variabel tersebut kerap dijadikan dasar pertimbangan oleh investor dan analis dalam menilai prospek pertumbuhan dan penciptaan nilai jangka panjang perusahaan, termasuk di sektor makanan dan minuman yang memiliki tingkat persaingan tinggi.

Namun demikian, dalam kondisi tertentu, masing-masing variabel tersebut juga berpotensi memberikan dampak negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang rendah dapat menandakan inefisiensi operasional, ukuran perusahaan yang besar tanpa

efisiensi justru dapat menimbulkan rigiditas organisasi, likuiditas yang terlalu tinggi dapat mencerminkan aset menganggur yang kurang produktif, dan struktur modal yang didominasi utang meningkatkan risiko keuangan. Oleh sebab itu, pengelolaan profitabilitas, ukuran perusahaan, likuiditas, dan struktur modal harus dilakukan secara strategis dan seimbang agar mampu mendukung peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan, khususnya dalam industri makanan dan minuman yang sarat tantangan dan persaingan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul: **Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (2020-2024).**

1.2 Teori pengaruh

1.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu ukuran utama dalam mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan yang memiliki keterkaitan erat dengan penilaian nilai perusahaan di mata investor. Herlina (2023) menjelaskan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara efektif, sehingga meningkatkan keyakinan investor untuk menanamkan modal dan mendorong peningkatan nilai perusahaan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Prasetyo (2022) menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola aktivitas operasionalnya untuk menciptakan keuntungan, yang pada akhirnya memberikan nilai tambah bagi pemegang saham. Selain itu, Dewi (2021) mengemukakan bahwa profitabilitas yang stabil dan berkelanjutan menjadi indikator penting dari kesehatan keuangan jangka panjang perusahaan, yang berpengaruh positif terhadap persepsi pasar dan nilai perusahaan.

1.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan sering digunakan sebagai indikator untuk menilai tingkat kestabilan serta potensi perkembangan suatu perusahaan. Menurut Wijaya (2023), perusahaan dengan skala yang lebih besar umumnya memiliki akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan dan pasar, sehingga berpeluang meningkatkan nilai perusahaan. Lestari (2022) menambahkan bahwa besarnya ukuran perusahaan berkaitan dengan tingkat kepercayaan investor, karena perusahaan besar biasanya dipersepsikan lebih stabil dan memiliki risiko yang relatif lebih rendah. Selain itu, Santoso (2021) menyatakan bahwa perusahaan dengan total aset yang besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif serta kapasitas produksi yang lebih baik, sehingga mampu memperkuat posisi pasar dan berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

1.2.3 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepercayaan investor terhadap kondisi keuangan perusahaan. Anwar (2024) mengungkapkan bahwa tingkat likuiditas yang tinggi mencerminkan keamanan finansial perusahaan, sehingga meningkatkan persepsi positif investor. Pendapat tersebut diperkuat oleh Fitria (2022) yang menyatakan bahwa likuiditas mencerminkan efektivitas pengelolaan kas, dan apabila dikelola secara optimal dapat memperkuat kepercayaan pasar terhadap perusahaan. Namun demikian, Hasan (2021) berpendapat bahwa likuiditas yang terlalu

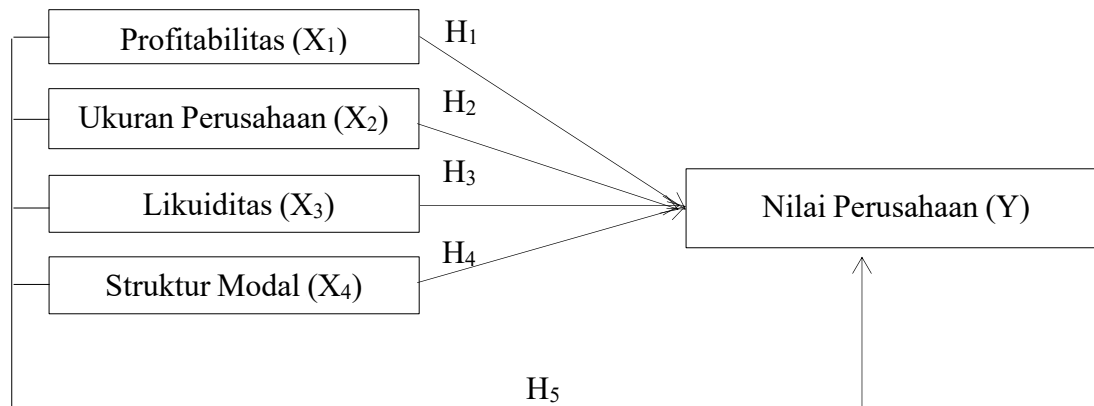
tinggi dapat mengindikasikan adanya dana yang tidak dimanfaatkan secara produktif, sehingga berpotensi menghambat upaya peningkatan nilai perusahaan.

1.2.4 Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Struktur modal menunjukkan komposisi penggunaan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan memiliki peran penting dalam menentukan strategi keuangan serta tingkat risiko perusahaan. Rahmawati (2023) menyatakan bahwa struktur modal yang optimal dapat meningkatkan efisiensi keuangan serta memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat Hidayat (2022) yang menjelaskan bahwa keseimbangan penggunaan utang dan modal sendiri dapat membantu perusahaan memaksimalkan nilai perusahaan dengan risiko yang tetap terkendali. Sementara itu, Nugroho (2021) menegaskan bahwa penggunaan utang harus dikelola secara hati-hati, karena tingkat leverage yang berlebihan dapat meningkatkan risiko finansial dan pada akhirnya berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

1.3 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah kerangka konseptual dalam penelitian ini:



Gambar 1.1. Kerangka Konseptual

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini yaitu:

- H₁ : Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2020-2024).
- H₂ : Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2020-2024).
- H₃ : Likuiditas secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2020-2024).
- H₄ : Struktur Modal secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2020-2024).
- H₅ : Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Struktur Modal sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (2020-2024).