

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

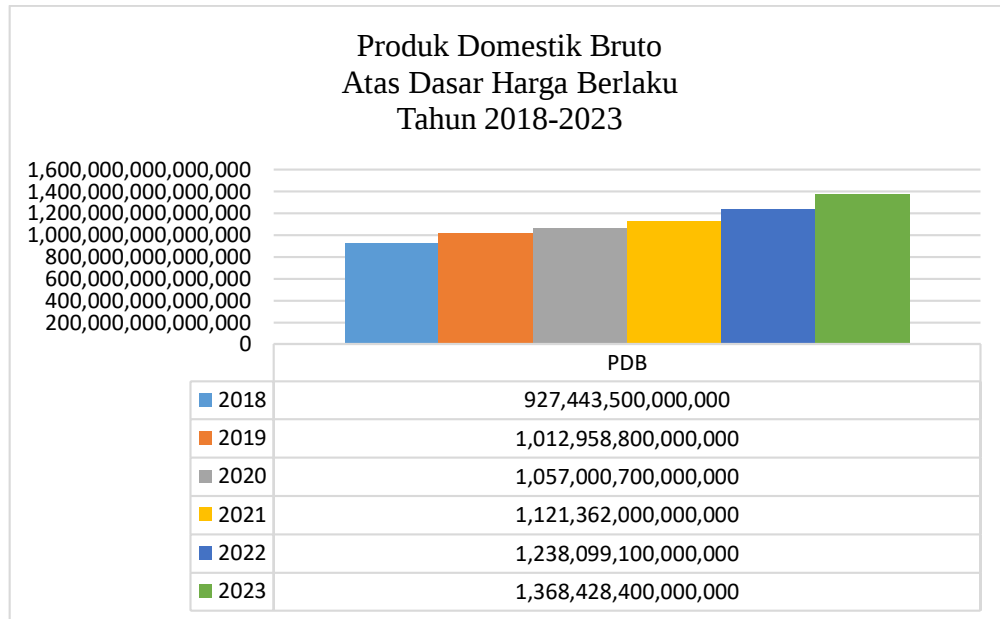
Dalam era revolusi industri 5.0 seperti sekarang ini sudah banyak berdirinya perusahaan *go public* dalam berbagai sektor di Bursa Efek Indonesia, serta pertumbuhan ekonomi yang semakin baik dan meningkat mempunyai dampak pada persaingan yang semakin ketat antara perusahaan. Bursa Efek Indonesia (BEI) memilih dan menyeleksi saham sesuai sektor industrinya. Saat ini BEI memiliki 12 sektor antara lain : Sektor Energi, Sektor Barang Baku, Sektor Perindustrian, Sektor Konsumen Primer, Sektor Konsumen Non-Primer, Sektor Kesehatan, Sektor Keuangan, Sektor Properti dan Real Estate, Sektor Teknologi, Sektor Infrastruktur, Sektor Transportasi dan Logistik, dan Sektor Produk Investasi Tercatat (cnbcindonesia.com, 2024).

Sektor *food and beverage* merupakan salah satu sektor industri yang terus berkembang dengan cepat dan sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan makanan dan minuman sebagai kebutuhan pokok untuk kelangsungan hidup manusia, terutama dengan pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia yang diperkirakan lebih dari 273 juta jiwa. Peran sektor *food and beverage* sangat penting dalam pertumbuhan dan dinamika ekonomi nasional dan termasuk dalam kategori industri yang stabil dan tahan terhadap berbagai krisis, khususnya krisis ekonomi. Kontribusi perusahaan *food and beverage* terbukti dengan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (Sukmahayati & Suwaidi, 2021).

Sektor *Food and Beverage* memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Posisi Indonesia di pasar makanan dan minuman global masih ambigu. Namun, dalam upaya meningkatkan perekonomian Indonesia, pemerintah mengambil kebijakan untuk mengurangi ketergantungan negara pada impor dan memperkuat sektor manufaktur, yang juga menguntungkan sektor makanan dan minuman (business-indonesia.org, 2024).

Industri *food and beverage* merupakan salah satu sektor manufaktur utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kinerja perusahaan *food and beverage* menunjukkan hasil positif, termasuk dalam peningkatan produktivitas, investasi, ekspor dan penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2018, industri makanan dan minuman di Indonesia telah menunjukkan kinerja yang positif, dengan pertumbuhan sebesar 7,91% melebihi pertumbuhan ekonomi nasional yang hanya 5,17%. Selain itu, pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV tahun 2018 juga meningkat mencapai 3,9% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan ini adalah peningkatan produksi industri minuman yang mencapai 23,44%. Kinerja industri makanan dan minuman ini menunjukkan bahwa industri ini memiliki potensi besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global (kemenperin.go.id, 2024).

Gambar 1. 1
PDB Perusahaan *Food and Beverage* 2018-2023



Sumber : bps.go.id (2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa PDB pada industri makanan dan minuman periode 2018-2023 mengalami peningkatan pada setiap tahunnya. PDB pada tahun 2018 sebesar Rp 927 triliun, pada tahun 2019 PDB naik 9% menjadi Rp 1,01 kuadriliun, pada tahun 2020 PDB naik 4% menjadi Rp 1,05 kuadriliun, pada tahun 2021 PDB naik sebesar 6% menjadi Rp 1,12 kuadriliun, pada tahun 2022, PDB naik menjadi 10% yaitu sebesar Rp 1,23 kuadriliun. Sedangkan pada tahun 2023 PDB naik menjadi 11% yaitu sebesar Rp 1,36 kuadriliun.

Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama dari meningkatnya jumlah konsumen. Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 4%, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman

nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021. Nilai tersebut persinya sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun (djkn.kemenkeu.go.id., 2024).

Pada kuartal I-2021, industri makanan dan minuman mencatat pertumbuhan sebesar 2,45% yang merupakan salah satu yang tertinggi di sektor industri pengolahan. Selain itu, industri ini juga menjadi sektor dengan penyerapan tenaga kerja terbesar selama pandemi. Menurut data BPS, proporsi tenaga kerja di industri makanan mencapai 3,75% pada tahun 2020, naik 0,01% dari 3,75% pada 2019. Hal ini menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman tetap ekspansif meskipun menghadapi pandemi. Kinerja industri ini juga tercermin dari besarnya investasi yang diterima selama semester I-2021. Berdasarkan data dari Kementerian Investasi atau Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), realisasi investasi di sektor makanan dan minuman mencapai RP 36,6 triliun atau 8,3% dari total Rp 442,76 triliun. Angka ini meningkat 23,6% dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu sebesar Rp 29,6 triliun (katadata.co.id, 2024).

Berdasarkan bukti kinerja yang baik dari tahun ke tahun dalam industri makanan dan minuman, hal ini tentu berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan. Perusahaan memiliki tuntutan untuk efektif dalam mengelola fungsi-fungsi manajemen perusahaan agar dapat beradaptasi dengan kondisi ekonomi, baik tingkat nasional maupun tingkat internasional. Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Tujuan perusahaan jangka pendek adalah untuk memaksimalkan laba dengan efisiensi penggunaan seluruh

sumber daya yang dimiliki, sementara tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor. Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang diinginkan oleh perusahaan sebagai tanda kepercayaan dari masyarakat terhadapnya, hal ini tercermin dari kinerja perusahaan selama bertahun-tahun sejak didirikan perusahaan hingga saat ini. Kenaikan nilai perusahaan akan meningkatkan keuntungan bagi para pemegang saham, menciptakan kepercayaan pasar, dan dianggap sebagai penghargaan investor terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Perkiraan prospek perusahaan di masa depan dapat dilihat dari berhasilnya perusahaan dalam meningkatkan harga sahamnya. Peningkatan harga saham mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi dan membangun kepercayaan pasar terhadap peningkatan kinerja nilai perusahaan (Barnades & Suprihhadi, 2020).

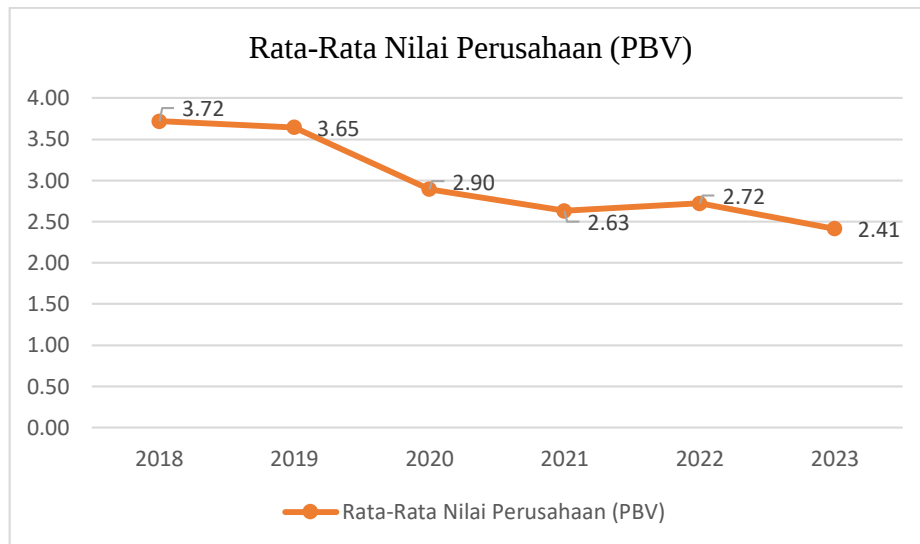
Keberhasilan suatu perusahaan tercermin dalam nilai perusahaan yang dapat diukur dari stabilitas dan kenaikan harga saham perusahaan. Parameter atau tolak ukur suatu harga saham dapat dinilai dari titik awal nilai perusahaan, semakin tinggi nilai saham, semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Oleh karena itu, baik dalam konteks bisnis makro maupun mikro, fluktuasi harga saham sangat erat kaitannya dengan perubahan nilai perusahaan tersebut di mata pasar secara keseluruhan (Kompasiana.com). Perusahaan dengan nilai tinggi memiliki potensi untuk memperkuat kepercayaan investor terhadap kinerja mereka. Pemegang saham berharap bahwa perusahaan akan berupaya menjalankan operasionalnya dengan

baik dan lebih dapat diandalkan, sehingga mampu bersaing efektif di pasar yang semakin kompetitif (Manggale & Widyawati, 2021).

Hal ini membuat sektor *Food & Beverage* cukup menarik untuk dijadikan objek penelitian karena sektor *Food & Beverage* di Indonesia masih tetap tumbuh di tengah fluktuasi maupun beberapa hambatan. Dimana industri makanan dan minuman berada pada peringkat ke-4 dengan nilai Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) mencapai Rp 26,72 triliun dengan total 5.416 proyek, sedangkan dari sisi Penanaman Modal Asing (PMA) industri *food and beverage* telah mencatatkan investasi sebesar USD 1,117 miliar dengan 2.226 proyek (industri.kontan.co.id).

Nilai perusahaan yang baik diciptakan untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham atau pemilik perusahaan. Nilai perusahaan adalah penilaian investor terhadap keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham dianggap mampu mencerminkan kekayaan pemegang saham dan perusahaan serta menggambarkan penjualan, pendanaan, keputusan investasi dan laba perusahaan. Nilai perusahaan merupakan dasar bagi investor untuk melakukan *value investing*. Nilai perusahaan dianggap sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang mempengaruhi persepsi investor terhadapnya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang saham (Pratiwi *et al.*, 2023).

Gambar 1. 2
Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan *Food and Beverage*
yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2023



Sumber : idx.co.id (Data diolah peneliti, 2024)

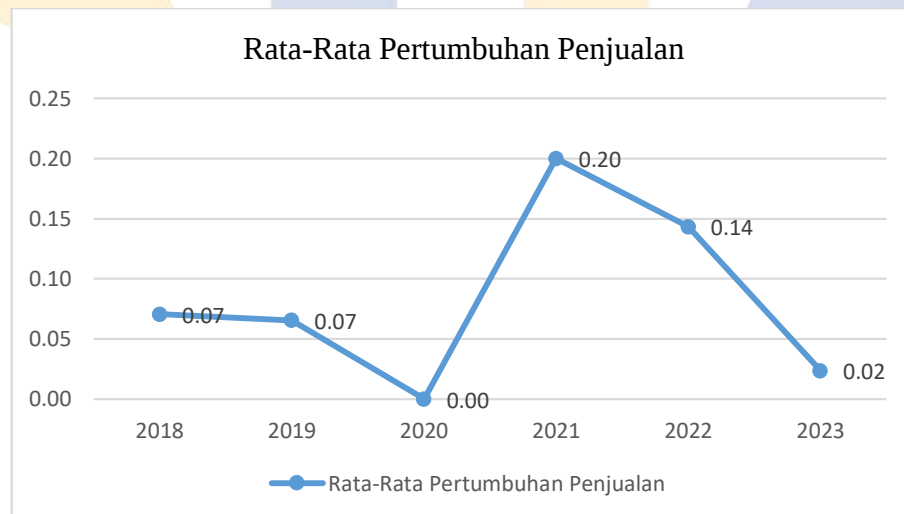
Data diatas memperlihatkan nilai rata-rata PBV yang menunjukkan bahwa pada perusahaan sektor *food and beverage* mengalami fluktuasi. Dimana pada 2019 mengalami penurunan dari 3,72 menjadi 3,65, pada tahun 2020 hingga tahun 2021 mengalami penurunan dari 2,90 di tahun 2020 dan 2,63 tahun 2021, kemudian pada tahun 2022 PBV mengalami kenaikan menjadi 2,72, dan pada tahun 2023 kembali mengalami penurunan menjadi 2,41. Kenaikan maupun penurunan nilai PBV pada perusahaan *Food & Beverage* menunjukkan bahwa perusahaan belum mampu menjaga nilai perusahaannya.

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat adalah industri makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan

minuman, terutama dari meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah. Akibatnya, industri perusahaan lokal sangat ambisius dan telah berkembang menjadi eksportir global yang sukses (djkn.kemenkeu.go.id, 2024).

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu elemen utama dalam sebuah perusahaan, dimana setiap perusahaan memerlukan pertumbuhan penjualan yang tinggi. Perusahaan dengan penjualan yang meningkat selalu mempunyai kemampuan bersaing dengan pasar dalam keadaan apapun (Maharani *et al.*, 2024). Berikut merupakan data pertumbuhan penjualan perusahaan *food and beverage* tahun 2018-2023.

Gambar 1. 3
Nilai Rata-Rata Pertumbuhan Penjualan Perusahaan *Food and Beverage*
Tahun 2018-2023



Sumber : idx.co.id (data diolah peneliti, 2024)

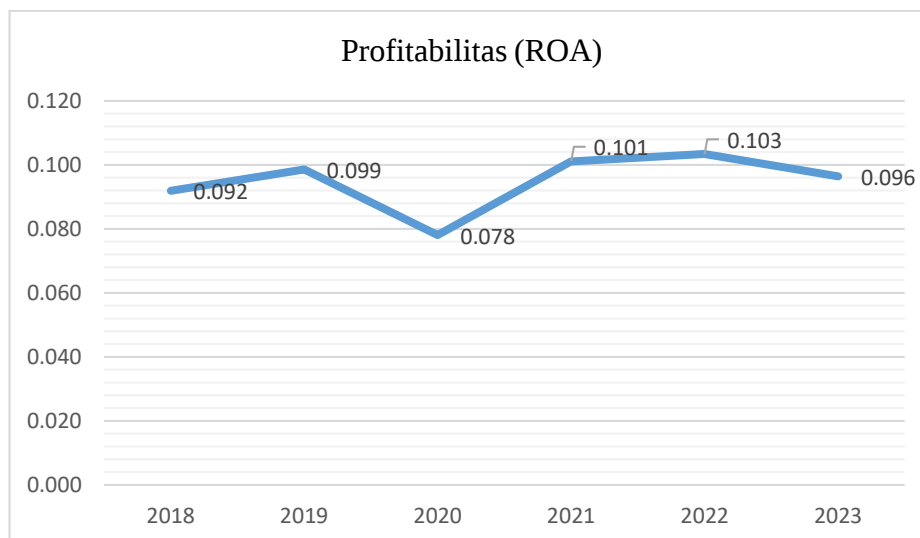
Data diatas memperlihatkan nilai rata-rata pertumbuhan penjualan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* yang mengalami fluktuasi. Seperti pada tahun 2020 mengalami penurunan pertumbuhan penjualan dari 0,07 menjadi 0.00. Kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan

dari 0,00 menjadi 0,20, namun pada tahun 2022 pertumbuhan penjualan mengalami penurunan lagi dari 0,20 menjadi 0,14, dan berlanjut penurunan di tahun 2023 dari 0,14 menjadi 0,02. Kenaikan maupun penurunan nilai pertumbuhan penjualan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* ini menunjukkan adanya tantangan yang muncul kedepannya yang dapat diprediksi dengan adanya ketergantungan pada pasar domestik berarti bahwa bisnis makanan dan minuman kurang terekspos ke pasar global yang berubah-ubah dibandingkan banyak industri lainnya. Namun, produsen lokal masih rentan terhadap fluktuasi harga global untuk bahan-bahan produksi yang diimpor dari luar negeri (djkn.kemenkeu.go.id, 2024).

Pertumbuhan penjualan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Kenaikan penjualan yang positif menunjukkan nilai perusahaan yang tinggi, sesuai dengan harapan pemilik. Penjualan yang stabil dan meningkat memudahkan perusahaan dalam mendapatkan aliran dana atau utang eksternal untuk meningkatkan operasional, karena dianggap lebih aman dalam memenuhi kewajiban tetapnya. Oleh karena itu, investor sering menggunakan pertumbuhan penjualan sebagai indikator untuk mengevaluasi potensi perusahaan sebagai pilihan investasi. Pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang lebih besar untuk meraih laba, karena menunjukkan bahwa produk atau layanan perusahaan diminati pasar, sehingga menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Akhirnya, pertumbuhan penjualan yang tinggi meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya, yang berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Diva & Suaryana, 2024).

Tingkat profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara langsung. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang terkait dengan penjualan, total aset, dan ekuitas. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor dan berperan penting dalam menjamin keberlanjutan perusahaan untuk jangka panjang di masa mendatang (Mahanani & Kartika, 2022). Profitabilitas mencerminkan kinerja perusahaan dalam menilai kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu meraih laba yang signifikan di setiap periode. Jika profitabilitas perusahaan tinggi, investor akan tertarik untuk menilai efektivitas perusahaan dalam menciptakan keuntungan dari penjualan dan investasi. Dengan meningkatnya profitabilitas, laba bersih perusahaan pun akan semakin besar (Anggraini & Agustiningih, 2022). Berikut merupakan data dari rata-rata profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* tahun 2018-2023.

Gambar 1. 4
Rata-Rata Profitabilitas Pada Perusahaan *Food and Beverage*
Tahun 2018-2023



Sumber : idx.co.id (data diolah peneliti, 2024)

Data diatas memperlihatkan nilai rata-rata profitabilitas yang di ukur menggunakan ROA (*Return On Asset*) pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* yang mengalami fluktuasi. Seperti pada tahun 2019 mengalami peningkatan profitabilitas dari 0,092 menjadi 0,099, pada tahun 2020 mengalami penurunan dari 0,099 menjadi 0,078, pada tahun 2021 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan dari 0,078 menjadi 0,101 pada tahun 2021, dan pada tahun 2022 sebesar 0,103, pada tahun 2023 profitabilitas mengalami penurunan dari 0,103 menjadi 0,096. Kenaikan maupun penurunan nilai profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* ini menunjukkan profitabilitas masih belum stabil atau mengalami fluktuasi (dataindustri.com, 2024).

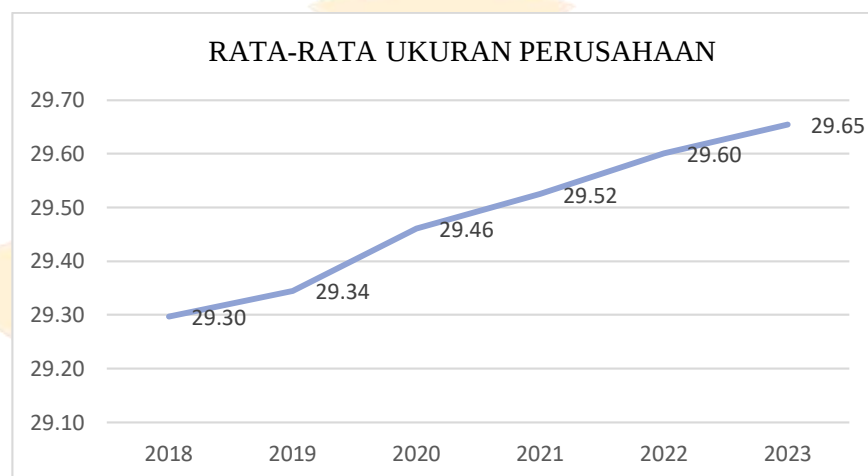
Kemampuan perusahaan dalam menciptakan modal dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan sangat bergantung pada peningkatan margin laba. Investor biasanya lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan yang menguntungkan dan dapat menawarkan *return* yang lebih tinggi. Peningkatan laba akan mendorong harga saham naik, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang semakin tinggi mencerminkan efisiensi dan produktivitas perusahaan, yang dapat meningkatkan keyakinan investor untuk menanamkan modal mereka di perusahaan tersebut (Agustiningsih & Septiani, 2022).

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap salah satu aspek bisnis yaitu nilai perusahaan. Perusahaan dengan risiko saham yang luas akan berdampak mengurangi pengendalian pihak investor, perusahaan besar cenderung lebih berani dibandingkan perusahaan kecil dalam mengeluarkan saham baru untuk memenuhi permintaan perusahaan (Agustiningsih & Septiani, 2022). Ukuran perusahaan merupakan nilai yang memberikan gambaran tentang besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat meyakinkan tingkat kepercayaan investor. Makin besarnya sebuah perusahaan, maka semakin dikenal masyarakat perusahaan tersebut, sehingga semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Apabila ukuran perusahaan semakin besar justru akan lebih mudah lagi perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal (Rivandi & Petra, 2022).

Ukuran perusahaan dianggap berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala suatu perusahaan, maka semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan, baik dari internal maupun

eksternal. Dengan ukuran perusahaan yang lebih besar, maka lebih banyak investor yang mungkin tertarik pada perusahaan tersebut, karena perusahaan besar cenderung memiliki kondisi yang stabil (Suhendar & Paramita, 2024). Berikut merupakan data dari rata-rata ukuran perusahaan pada perusahaan *food and beverage* tahun 2018-2023.

Gambar 1. 5
Nilai Rata-Rata Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan *Food and Beverage*
Tahun 2018-2023

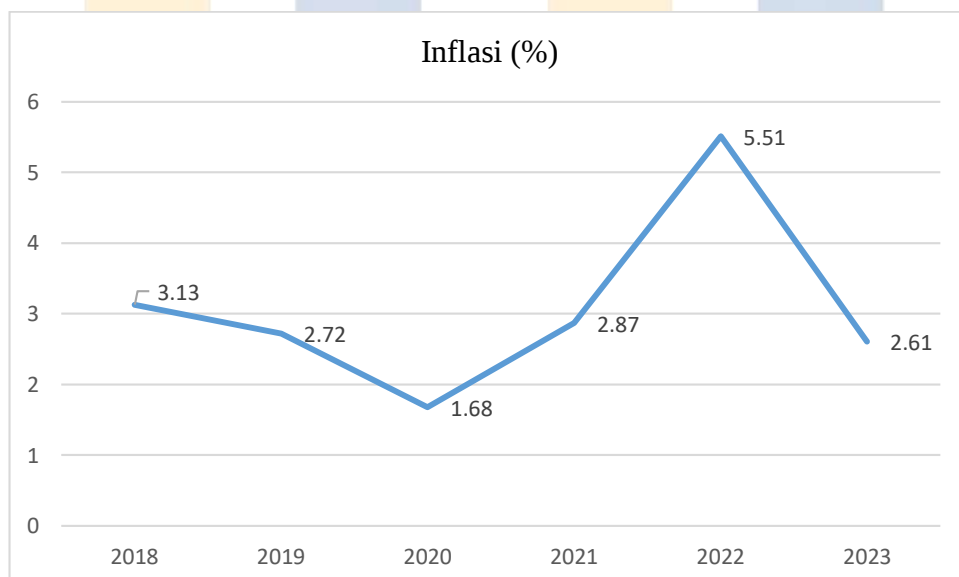


Sumber : idx.co.id (data diolah peneliti, 2024)

Data diatas memperlihatkan nilai rata-rata ukuran perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Seperti pada tahun 2019 mengalami peningkatan dari 29,30 menjadi 29,65 pada tahun 2023. Kenaikan nilai ukuran perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* ini menunjukkan besarnya ukuran perusahaan menggambarkan jika perusahaan sedang mengalami pertumbuhan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rivandi & Petra, 2022).

Inflasi merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Bank Indonesia, inflasi adalah peningkatan umum dan berkelanjutan dalam harga barang dan jasa selama periode tertentu. Kenaikan harga hanya pada satu atau dua barang tidak dianggap inflasi kecuali jika kenaikan tersebut meluas dan menyebabkan peningkatan harga pada barang-barang lainnya. Inflasi merupakan indikator perekonomian yang penting, laju pertumbuhannya selalu diupayakan rendah dan stabil agar tidak menimbulkan penyakit makro ekonomi yang nantinya akan memberikan dampak ketidakstabilan dalam perekonomian (Fadilla & Purnamasari, 2021). Tingkat inflasi sendiri tidak boleh terlalu tinggi dan terlalu rendah, karena pemerintah menargetkan persentase inflasi kurang lebih sebesar 3%. Inflasi yang terlalu rendah dapat menekan daya beli, sedangkan inflasi yang terlalu tinggi dapat menekan pertumbuhan ekonomi. Berikut merupakan data inflasi Indonesia pada tahun 2018-2023.

Gambar 1. 6
Tingkat Inflasi Tahun 2018-2023



Sumber : bi.go.id (data diolah peneliti, 2024)

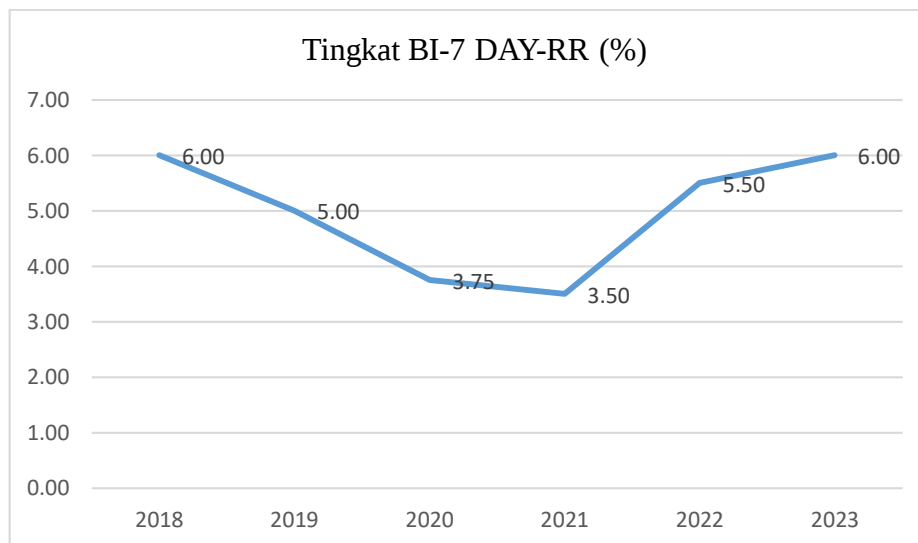
Data gambar diatas memperlihatkan tingkat inflasi di Indonesia pada tahun 2018-2023 yang mengalami fluktuasi atau tidak stabil. Selama enam tahun terakhir, inflasi tertinggi terjadi pada tahun 2022 dengan tingkat inflasi sebesar 5,51%. Tingkat inflasi yang tinggi atau tidak stabil dapat menimbulkan ketidakpastian dalam perekonomian, mengganggu perencanaan bisnis, investasi, dan keputusan konsumen. Ketidakpastian ini berpotensi memperlambat pertumbuhan ekonomi dan menyebabkan volatilitas yang merugikan di pasar keuangan. Inflasi juga dapat mengakibatkan penurunan riil dari aset finansial seperti tabungan, obligasi, dan saham karena penurunan nilai uang. Hal ini dapat merugikan investor dan mengurangi daya tarik investasi jangka panjang. Akan tetapi inflasi yang rendah dan stabil dapat mendorong investasi dengan menurunkan biaya pinjaman dan memberikan insentif bagi perusahaan untuk memperluas produksi, meningkatkan pendapatan dan keuntungan. Hal ini dapat mendukung pertumbuhan ekonomi jangka panjang (Kompas.com, 2024).

Tingkat inflasi sering menjadi masalah karena kenaikan inflasi dapat mengurangi pertumbuhan ekonomi akibat menurunnya daya beli masyarakat secara umum. Inflasi berdampak pada nilai perusahaan karena tingginya tingkat inflasi menyebabkan peningkatan beban operasional, yang pada akhirnya menurunkan keuntungan perusahaan. Penurunan keuntungan ini dapat memberikan sentimen negatif kepada investor, yang menganggap perusahaan memiliki risiko masa depan yang kurang menguntungkan, sehingga mengurangi minat investasi dan menurunkan nilai perusahaan (Widanto & Mahardika, 2023).

Tingkat suku bunga juga berpengaruh terhadap pilihan dalam berinvestasi. Bank Indonesia memperkuat kerangka operasi moneter dengan menerapkan suku bunga acuan baru, yaitu *BI-7 Day Reverse Repo Rate (BI7DRR)*. *Repo rate* merupakan tingkat suku bunga yang digunakan dalam transaksi *repurchase agreement (repo)* antara bank sentral dan bank komersial. Instrumen BI7DRR adalah suku acuan yang baru yang lebih erat kaitannya dengan suku bunga pasar uang, bersifat transaksional atau diperdagangkan di pasar, dan mendorong pendalaman pasar keuangan, terutama melalui penggunaan instrumen *repo*. Setiap bulannya, suku bunga akan disesuaikan berdasarkan kondisi ekonomi negara untuk menjaga stabilitas harga (bi.go.id, 2024).

Faktor utama yang mempengaruhi suku bunga adalah penawaran dan permintaan kredit, persaingan di pasar pinjaman, dan faktor ekonomi seperti inflasi, ekspektasi investor, kebijakan moneter pemerintah (Murjiani & Adiyanto, 2023). Suku bunga didefinisikan sebagai harga penggunaan dana investasi (*loanable fund*). Dimana suku bunga sendiri dijadikan salah satu indikator untuk menentukan seseorang akan berinvestasi atau menabung. Suku bunga muncul dari kegemaran memiliki uang sekarang yang terkait dengan peran waktu dalam kegiatan ekonomi (Ernayani *et al.*, 2023). Berikut adalah data tingkat suku bunga Indonesia pada tahun 2018-2023.

Gambar 1. 7
BI-7 Days Reverse Repo Rate Tahun 2018-2023



Sumber : bi.go.id (data diolah peneliti, 2024)

Gambar diatas menunjukkan bahwa tingkat suku bunga pada enam tahun terakhir mengalami fluktuasi. Peningkatan suku bunga secara langsung akan meningkatkan beban bunga perusahaan, yang menyebabkan tingginya hutang dan berdampak pada profitabilitas. Akibatnya, pendapatan dan dividen akan terpengaruh sehingga harga saham dan nilai perusahaan akan menurun. Selain itu, suku bunga yang tinggi akan membuat investor lebih memilih untuk menyimpan dananya di bank daripada menginvestasikannya di perusahaan karena risiko yang lebih tinggi.

Ada beberapa hasil penelitian yang berbeda (*Research gap*) dari variabel yang diteliti diantaranya oleh (Elisa & Amanah, 2021) didapatkan hasil bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian lain mengenai pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan oleh (Imawan & Triyonowati, 2021) didapati hasil bahwa

variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai profitabilitas terhadap nilai perusahaan oleh (Agustiningsih & Septiani, 2022) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (D. K. Sari & Wahidahwati, 2021) didapatkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan oleh (Manggale & Widyawati, 2021) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumaningrum et al., 2022) didapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai inflasi terhadap nilai perusahaan oleh (Yuniari *et al.*, 2021) mendapatkan hasil bahwa inflasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Pujiati & Hadiani, 2020) didapatkan hasil bahwa inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan (Murjiani & Adiyanto, 2023) menyatakan bahwa suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Anggraeni & Hidayat (2020) menyatakan suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian yang tidak konsisten dari beberapa peneliti dan adanya fenomena yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengambil judul

“PENGARUH PERTUMBUHAN PENJUALAN, PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, INFLASI DAN SUKU BUNGA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICAL* SUB SEKTOR *FOOD AND BEVERAGE* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018 – 2023”.

1.2 Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini membatasi ruang lingkup penelitian yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan kriteria batasan yang telah ditetapkan, diantaranya sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2023.
2. Penelitian ini menggunakan pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi, dan suku bunga sebagai variabel independen (X) dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen (Y).
3. Periode penelitian atas laporan keuangan yang diambil yakni sejak tahun 2018 sampai dengan tahun 2023.
4. Waktu penelitian selama 1 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang muncul pada nilai perusahaan *food and beverage* antara lain :

1. Berdasarkan gambar 1.1, diketahui Produk Domestik Bruto (PDB) pada perusahaan *food and beverage* tahun 2018-2023 mengalami peningkatan setiap

tahunnya. Kinerja industri *food and beverage* menunjukkan bahwa industri ini memiliki potensi besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di pasar global.

2. Berdasarkan gambar 1.2, rata-rata nilai perusahaan PBV tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Fenomena naik turunnya nilai perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* dianggap sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang mempengaruhi persepsi investor untuk melakukan investasi. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran dan kesejahteraan para pemegang saham.
3. Berdasarkan gambar 1.3, rata-rata nilai pertumbuhan penjualan tahun 2018-2023 mengalami fluktuasi. Seperti pada tahun 2020 mengalami penurunan pertumbuhan penjualan sebanyak 0,7%, Kemudian pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 20%. Kenaikan maupun penurunan nilai pertumbuhan penjualan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan untuk membantu investor dalam mengambil keputusan.
4. Berdasarkan gambar 1.4, rata-rata nilai profitabilitas. Pada tahun 2021 hingga tahun 2022 mengalami peningkatan dari 0,078 menjadi 0,101 pada tahun 2021 dan pada tahun 2022 menjadi 0,103, pada tahun 2023 mengalami penurunan dari 0,103 menjadi 0,096 atau turun sebesar 7%. Kenaikan maupun penurunan nilai profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor

Food and Beverage ini menunjukkan profitabilitas masih belum stabil atau mengalami fluktuasi.

5. Berdasarkan gambar 1.5, rata-rata nilai ukuran perusahaan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kenaikan nilai ukuran perusahaan pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food and Beverage* ini menunjukkan besarnya ukuran perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
6. Berdasarkan gambar 1.6, menunjukkan adanya ketidakstabilan inflasi. Tingginya tingkat inflasi dapat merugikan investor dan minat investor untuk menanamkan modalnya di pasar modal juga akan berkurang.
7. Berdasarkan gambar 1.7, dapat dilihat bahwa suku bunga memiliki fluktuasi atau ketidakstabilan. Hal ini membuat pendapatan dan dividen perusahaan akan terpengaruh sehingga harga saham dan nilai perusahaan akan menurun.

Berdasarkan beberapa permasalahan diatas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?

3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
4. Bagaimana pengaruh inflasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
5. Bagaimana pengaruh suku bunga terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
6. Bagaimana pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi dan suku bunga terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.
2. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

3. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.
4. Menganalisis pengaruh inflasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.
5. Menganalisis pengaruh suku bunga terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.
6. Menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi, dan suku bunga terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teori pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi, suku bunga, dan nilai perusahaan. Sehingga dapat dijadikan panduan atau referensi bagi penelitian di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran atau referensi bagi manajer perusahaan dalam upaya untuk memaksimalkan nilai perusahaan sebagai salah satu tujuan utama perusahaan.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat dalam pengambilan keputusan perusahaan dalam hal berinvestasi pada investor yang ingin menanamkan dananya dengan melihat pertumbuhan penjualan, profitabilitas, ukuran perusahaan, inflasi, suku bunga dan nilai perusahaan tersebut.