

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan adalah sebuah bentuk organisasi bisnis yang memiliki kegiatan dilakukan secara rutin dan memiliki orientasi terhadap keuntungan dengan melakukan aktivitas seperti memproduksi dan mendistribusikan barang maupun jasa yang kemudian disalurkan kepada konsumen (Zahra et al., 2023). Di Indonesia terdapat berbagai jenis perusahaan, seperti perusahaan swasta, persero, perusahaan daerah, firma, dan lain-lain. Perusahaan yang saat ini sangat berkembang di Indonesia salah satunya adalah perusahaan yang bergerak di bidang *Food & Beverage* (F&B).

Perusahaan *food & beverages* adalah perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Dalam konteks bisnis, Perusahaan F&B mencakup industri yang terlibat dalam beberapa tahap, seperti produksi, pengolahan, distribusi, dan penjualan kepada konsumen. Perusahaan F&B dapat dikategorikan kedalam beberapa contoh, seperti makanan *fast food*, *snack*, minuman kekinian, dan lain-lain. Dikutip dari beberapa sumber menyebutkan bahwa Industri F&B merupakan salah satu sektor yang menyumbang perkembangan perekonomian Indonesia. Tercatat pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 5,33% YoY (*Year-on-Year*) di kuartal pertama di tahun 2023, melebihi pertumbuhan PDB Indonesia yang hanya

sebesar 5,03% YoY. Konsumsi F&B merupakan pendorong utama PDB terbesar setelah transportasi dan komunikasi (East Ventures, 2024).

Perkembangan industri F&B di Indonesia tidak terlepas dari perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda di wilayah perkotaan. Meningkatnya minat terhadap produk makanan dan minuman baru, tren kuliner kekinian, serta kebiasaan konsumsi praktis menjadi pendorong utama ekspansi sektor ini. Banyak perusahaan F&B memanfaatkan momentum ini untuk terus berinovasi, baik dari segi produk, kemasan, maupun strategi pemasaran. Dalam lima tahun terakhir, persaingan antarperusahaan F&B semakin ketat seiring meningkatnya permintaan pasar dan munculnya pelaku usaha baru (Kementerian Perindustrian, 2022).

Hal ini mendorong setiap perusahaan untuk tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga pada efisiensi operasional dan pengelolaan keuangan yang optimal agar dapat bertahan dalam dinamika pasar yang terus berubah. Saat ini semua perusahaan F&B berlomba-lomba untuk mempertahankan kedudukannya dan berinovasi untuk mencari cara bertahan di industri ini yang memiliki tren yang tidak tetap dan selalu bergeser mengikuti perkembangan jaman. Perusahaan F&B berlomba-lomba menawarkan produk terbaiknya dengan tujuan menarik minat konsumen untuk membeli produknya (Christian Loandhi, 2024).

Industri *food and beverages* adalah salah satu sub sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor F&B menjadi salah satu

sektor yang berkontribusi cukup besar terhadap perekonomian nasional. Peran industri F&B terhadap ekonomi nasional sangatlah luas, kontribusi industri F&B juga dapat menggerakkan banyak industri lainnya melalui permintaan berbagai bahan baku, komponen, dan bahan lainnya. Menurut kemenperin pada saat ini banyak berdiri perusahaan F&B yang mendirikan pabrik dan meningkatkan kapasitas produksinya di Indonesia. Industri F&B mampu menumbuhkan unit-unit usaha baru mulai dari wilayah perkotaan hingga wilayah pedesaan, baik dalam bentuk makanan jadi siap makan, *snack*, minuman kemasan, maupun bahan baku makanan.



Sumber: data.goodstats.id(Data diolah penulis, 2025)

Gambar 1.1
Perusahaan F&B dengan Nilai Penjualan Retail Terbesar di Indonesia
(Milliar USD)

Berdasarkan Gambar 1.1 mengenai pasar makanan dan minuman kemasan di Indonesia menunjukkan tren yang menjanjikan. Menurut data terbaru dari *Euromonitor International* yang dirilis dalam Laporan *United States Department of Agriculture* (USDA) pada edisi April 2023 berjudul "Indonesia: *Food Processing Ingredients*", nilai penjualan ritel makanan dan minuman kemasan di Indonesia mencapai puncaknya pada USD 40,11 miliar, setara dengan sekitar Rp601,65 triliun dengan asumsi kurs sebesar Rp15.000 per USD. Perusahaan-perusahaan terkemuka dalam industri ini mengambil peran utama dalam membentuk panorama bisnis. PT Indofood Sukses Makmur Tbk memimpin di antara yang lainnya, disusul oleh Nestle SA, PT Mayora Indah Tbk, Royal Friesland Campina NV, Unilever Group, Danone (PT Sarihusada Generasi Mahardhika), Kraft Heinz Co, Wings Corp, PT Bina Karya Prima, dan Wilmar International.

Namun, pertumbuhan ini tidak terlepas dari tantangan, terutama dalam hal efisiensi dan keberlanjutan bisnis. Perusahaan F&B dihadapkan pada kebutuhan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen, regulasi pemerintah, hingga dinamika rantai pasok global. Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif, kemampuan perusahaan dalam menjaga kestabilan keuangan dan mencapai profitabilitas yang optimal menjadi faktor kunci yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan di industri ini.

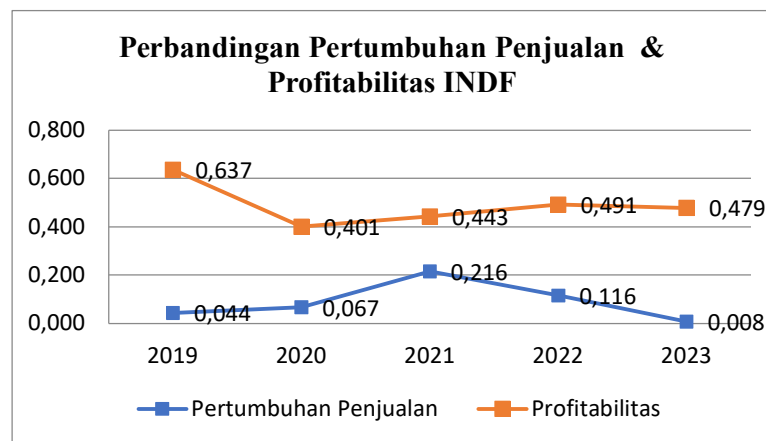
Laporan dari USDA juga menyoroti pergeseran kebiasaan konsumen yang memainkan peran penting dalam pertumbuhan ini. Semakin banyak

orang Indonesia, terutama di perkotaan, beralih ke makanan olahan dan kemasan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Ini termasuk makanan beku, buah dan sayuran olahan, serta beragam keripik dan makanan ringan. Pasar ini terus berkembang sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat, terutama dengan semakin banyaknya perempuan yang bekerja di perkotaan dan memiliki waktu yang terbatas untuk mempersiapkan makanan bagi keluarga mereka. Ini menunjukkan bahwa permintaan untuk produk-produk makanan olahan kemungkinan akan terus meningkat di masa mendatang.

Persaingan bisnis di masa kini semakin hari menjadi semakin ketat. Hal ini mendorong untuk perusahaan dalam mengelola bisnis secara baik agar dapat mempertahankan bisnis yang sedang dijalani. Dalam menghadapi pergeseran tren masyarakat, perusahaan perlu memikirkan beberapa strategi dalam mempertahankan usahanya. Keberhasilan suatu perusahaan diukur dari hasil profitabilitas yang akan didapatkan oleh perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan, profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, *asset* dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan dibandingkan satu dengan lainnya (Priatna, 2016). Profitabilitas mencerminkan mengenai seberapa jauh kemampuan suatu perusahaan dalam mempertahankan keadaan finansialnya. Sehingga profitabilitas ialah faktor yang menjadi pertimbangan suatu perusahaan dalam berinvestasi.

Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor internal yang dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan F&B. Tiga faktor utama yang sering dikaji dalam konteks manajemen keuangan adalah struktur aset, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan. Penelitian mengenai hubungan ketiga variabel ini dengan profitabilitas akan memberikan wawasan bagi manajer keuangan perusahaan dalam mengambil keputusan strategis dan mengelola risiko secara efektif, khususnya dalam industri F&B yang dinamis.

Untuk memberikan gambaran nyata mengenai dinamika profitabilitas dalam industri Food and Beverages, berikut ini ditampilkan data pertumbuhan penjualan dan laba bersih dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk selama periode 2019 hingga 2023. Indofood merupakan salah satu perusahaan terbesar dan paling dominan di sektor F&B Indonesia, sehingga dapat dijadikan representasi awal atas fenomena yang terjadi di industri ini.



Sumber: Laporan tahunan perusahaan(diolah sendiri)

Gambar 1.2
Perbandingan Pertumbuhan Penjualan & Profitabilitas INDF

Gambar di atas menunjukkan tren pertumbuhan penjualan dan profitabilitas PT Indofood Sukses Makmur Tbk selama periode 2019 hingga 2023. Terlihat bahwa terjadi fluktuasi signifikan dalam pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Misalnya, pada tahun 2020 terjadi penurunan pertumbuhan penjualan yang cukup tajam, yang dapat dikaitkan dengan dampak pandemi COVID-19 terhadap daya beli konsumen dan rantai pasok.

Sementara itu, profitabilitas perusahaan juga tidak menunjukkan pola yang konsisten dengan pertumbuhan penjualan. Ini menegaskan bahwa peningkatan penjualan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan laba atau efisiensi operasional perusahaan. Dengan kata lain, faktor-faktor lain seperti struktur aset dan tingkat *leverage* juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan lebih lanjut mengkaji bagaimana ketiga faktor utama tersebut struktur aset, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan secara simultan memengaruhi profitabilitas perusahaan F&B di Indonesia.

Beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi profitabilitas ialah struktur aset. Struktur aset menggambarkan perbandingan antara total aset tetap dengan total aset perusahaan. Perbandingan antara jumlah aset tetap dengan jumlah aset adalah untuk mengalokasikan kas yang dikeluarkan untuk pendanaan Operasional dari resiko kebangkrutan. Hal ini dikarenakan struktur aset mencerminkan seberapa besar aset tetap mendominasi komposisi kekayaan yang dimiliki perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Veronisa et al., (2023) menunjukkan bahwa struktur aset berpengaruh negatif terhadap

profitabilitas, hal ini terjadi dikarenakan profitabilitas perusahaan akan menurun semakin tinggi struktur aktiva. Penurunan tingkat profitabilitas perusahaan yang ditentukan oleh *Return On Assets* (ROA) pada perusahaan disebabkan oleh peningkatan struktur aset, khususnya proporsi aset tetap. Akibatnya, *leverage* operasi tidak dapat dihasilkan oleh aset tetap yang tinggi. Jika aset tetap menghasilkan tambahan laba yang lebih besar dari tingginya biaya aset, maka perusahaan dikatakan memiliki *leverage* operasi. Perusahaan dengan struktur aset yang tinggi akan sering menggunakan banyak utang.

Faktor selanjutnya ialah *leverage*, *leverage* digunakan untuk mengukur jumlah utang yang digunakan perusahaan dalam membiayai kegiatannya. Analisis *leverage* dapat membantu perusahaan untuk merencanakan alternatif sumber dana yang paling baik untuk digunakan kedepannya (Sumardi & Suharyono, 2020:91). Perencanaan modal yang baik dapat membantu peningkatan keuntungan perusahaan. Arifin et al., (2019) menunjukkan bahwa semakin besar penggunaan utang oleh perusahaan maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan menurun.

Selain itu, faktor lainnya yaitu pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan dapat menunjukkan daya saing perusahaan dalam pasar. Peningkatan penjualan perusahaan menggambarkan bagaimana perusahaan bekerja secara optimal dalam mengelola Perusahaan (Hutabarat, 2022). Apabila pertumbuhan penjualan semakin meningkat, maka akan menambah laba yang besar bagi perusahaan. Sukadana & Triaryati (2018) menemukan

bukti bahwa semakin tingginya penjualan bersih yang diterima oleh perusahaan maka mampu membantu untuk mendorong laba yang dapat diperoleh perusahaan. Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul **“Pengaruh Struktur Aset, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas (Survei pada perusahaan *Food and Beverages* periode 2019-2023)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Struktur Aset, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas pada Perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.
2. Bagaimana pengaruh Struktur Aset, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.
3. Bagaimana pengaruh Struktur Aset, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan secara parsial terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, penulis merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Struktur Aset, *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan dan Profitabilitas pada Perusahaan *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023
2. Untuk mengetahui pengaruh Struktur Aset, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan secara bersama-sama terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.
3. Untuk Mengetahui pengaruh Struktur Aset, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan secara parsial terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Subsektor *Food & Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam memilih perusahaan yang dipilih sebagai sarana dalam pengambilan keputusan investasi dan sebagai prediksi untuk mengetahui profitabilitas terutama perusahaan *food and beverage*.

2. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan masyarakat mendapat ilmu tambahan mengenai pengaruh struktur aset, *leverage*, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dari perusahaan *food and beverage*.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id/) selama periode 2019-2023.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan dari bulan Oktober 2024 sampai dengan bulan Juni 2025. Dengan rincian kegiatan penelitian seperti pada lampiran: