

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian dunia saat ini berkembang pesat seiring kemajuan teknologi, globalisasi, dan integrasi pasar internasional. Namun, perkembangan tersebut juga meningkatkan persaingan usaha dan tekanan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Perubahan pola konsumsi masyarakat, fluktuasi harga bahan baku, serta ketidakstabilan ekonomi global menuntut perusahaan untuk tidak hanya mampu meningkatkan penjualan, tetapi juga mengelola aset dan struktur pendanaan secara efektif agar dapat mempertahankan peluang pertumbuhan jangka panjang (Latifah, Febriani, & Dwilaga, 2025). Perkembangan tersebut meningkatkan persaingan usaha baik secara global dan nasional. Sebagai negara berkembang, Indonesia menuntut setiap perusahaan memiliki strategi adaptif untuk mempertahankan kinerja dan eksistensinya di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Ditilebit, 2024). Dalam kondisi tersebut, kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai dan menjaga keberlanjutan usaha menjadi faktor penting agar tetap mampu menarik perhatian investor dan mendukung kelangsungan operasionalnya (Ramadina & Setiawati, 2025).

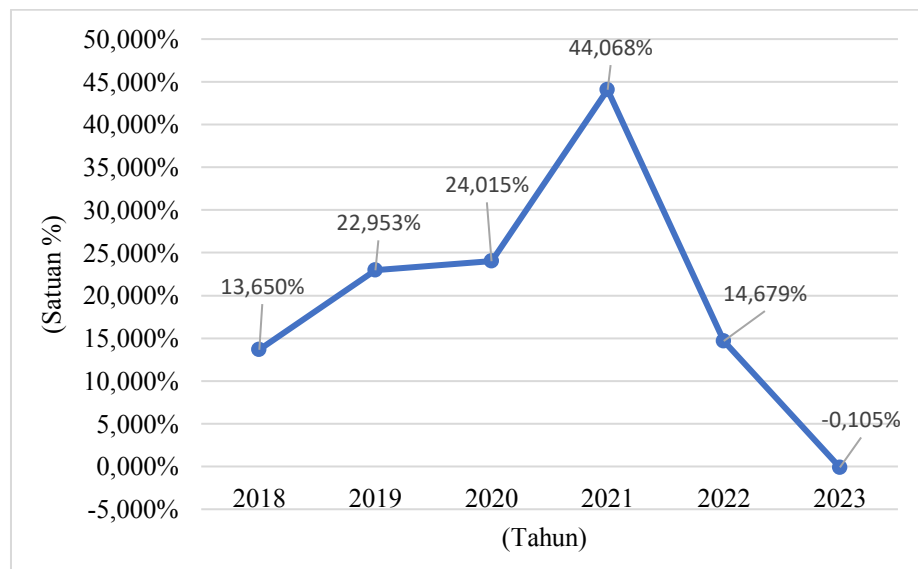
Di Indonesia, salah satu industri yang memiliki prospek cerah dan terus berkembang adalah industri makanan dan minuman (Kadarisman *et al.*, 2023). Sektor ini termasuk dalam industri pengolahan nonmigas dan dikenal memiliki ketahanan yang kuat serta permintaan pasar yang stabil. Industri makanan dan

minuman juga menjadi salah satu pendorong utama aktivitas manufaktur dan menunjukkan pertumbuhan tercepat dibandingkan sektor lainnya (Tamin *et al.*, 2024). Pertumbuhan tersebut didukung oleh tingginya konsumsi masyarakat terhadap kebutuhan pokok dan tren gaya hidup yang praktis (Pelealu, Rate, & Sumarauw, 2022).

Sektor makanan dan minuman menunjukkan pertumbuhan yang stabil dan terus meningkat dari tahun ke tahun karena tingginya permintaan masyarakat terhadap kebutuhan pokok, terutama makanan dan minuman yang menjadi konsumsi utama sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang signifikan selama periode 2018-2024. Pada tahun 2018 dan 2019, sektor ini menunjukkan pertumbuhan yang stabil masing-masing sebesar 7,91% dan 7,78%, namun mengalami penurunan tajam pada tahun 2020 menjadi 1,58% akibat dampak pandemi Covid-19 yang melemahkan aktivitas produksi dan konsumsi. Memasuki tahun 2021 hingga 2024, kinerja sektor ini kembali menunjukkan tren pemulihan, dengan pertumbuhan berturut-turut sebesar 2,54%, 4,90%, 4,47%, dan meningkat menjadi 5,90% pada tahun 2024. Data tersebut menggambarkan bahwa sektor makanan dan minuman memiliki daya tahan yang kuat terhadap guncangan ekonomi serta potensi besar dalam mendorong pertumbuhan industri pengolahan nasional (Badan Pusat Statistik, 2025).

Menurut Yusrizal, Suharti, dan Eprianti (2023) peningkatan aktivitas ekonomi umumnya diikuti oleh meningkatnya jumlah *output* yang diproduksi dalam suatu perekonomian dan diikuti oleh naiknya pendapatan masyarakat yang

akan mendorong kenaikan daya beli. Ketika daya beli meningkat, konsumsi terhadap produk makanan dan minuman juga cenderung meningkat dan tingginya konsumsi seharusnya mampu meningkatkan pertumbuhan laba perusahaan (Abdi & Habibah, 2016). Secara konseptual, peningkatan konsumsi tercermin terlebih dahulu pada pertumbuhan penjualan, sementara pertumbuhan laba mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola peningkatan penjualan tersebut secara efisien. Meskipun sektor makanan dan minuman terus berkembang dan permintaan masyarakat terhadap produk semakin meningkat dari tahun ke tahun, kondisi tersebut tidak sepenuhnya tercermin pada pertumbuhan laba perusahaan makanan dan minuman. Peningkatan permintaan dan aktivitas industri ternyata tidak selalu diikuti oleh kenaikan laba yang konsisten. Beberapa perusahaan makanan dan minuman justru mengalami fluktuasi hingga penurunan laba dalam beberapa periode. Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut:



Sumber: Bursa Efek Indonesia (Data diolah, 2025)

Gambar 1.1
Rata-rata Pertumbuhan Laba Perusahaan Makanan dan Minuman

Berdasarkan gambar 1.1 rata-rata pertumbuhan laba perusahaan makanan dan minuman tahun 2018-2024, terlihat bahwa kinerja laba perusahaan mengalami fluktuasi yang cukup tajam. Pada tahun 2018-2020, pertumbuhan laba meningkat 13,650% menjadi 24,015%, kemudian melonjak sangat tinggi pada 2021 sebesar 44,068%, sebelum kembali menurun menjadi 14,679%, pada tahun 2022, bahkan mengalami penurunan drastis sebesar -0,105% pada tahun 2023. Fluktuasi dan penurunan laba tersebut menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan mampu menjaga stabilitas pertumbuhan keuangannya (Ramadina & Setiawati, 2025).

Fenomena yang ditunjukkan pada data rata-rata pertumbuhan laba perusahaan justru memperlihatkan penurunan bahkan negatifnya pertumbuhan laba pada tahun 2023 menunjukkan bahwa perusahaan makanan minuman belum mampu merealisasikan peluang pertumbuhan yang dimilikinya secara optimal. Kondisi ini mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara peluang pertumbuhan (*growth opportunity*) perusahaan dengan kinerja laba yang terealisasi (Djannah & Triyonowati, 2017). Hal ini menjadi relevan karena *growth opportunity* pada dasarnya tercermin dari kemampuan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan labanya dari waktu ke waktu (Faradilla & Ask, 2017).

Growth Opportunity adalah kesempatan atau peluang pertumbuhan di masa depan yang tercermin dari pertumbuhan perusahaan dari tahun ke tahun (Harahap, 2010: 309). *Growth opportunity* yang tinggi memungkinkan perusahaan memperoleh laba yang lebih besar di masa mendatang. Jika perusahaan memiliki *growth opportunity* yang tinggi, hal itu menandakan kemakmuran para pemegang saham (Fitri *et al.*, 2022). Selain itu, pertumbuhan laba yang meningkat

menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan peluang pertumbuhannya dengan baik, sehingga semakin tinggi pertumbuhan laba, semakin besar pula *growth opportunity* yang dimiliki perusahaan (Atmini & Priyanto, 2025). Dalam sektor makanan dan minuman yang kompetitif ini, perusahaan harus mampu memanfaatkan peluang tersebut dengan melakukan inovasi produk, peningkatan efisiensi produksi, serta memperluas jaringan distribusi agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja usahanya. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *growth opportunity* diantaranya *return on assets* (ROA) dan *Leverage* (Nathanael, 2020).

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi *growth opportunity* yaitu ROA. ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi pengembalian atas aset yang digunakan dalam perusahaan dalam menciptakan laba bersih (Hery, 2015: 193). ROA menjadi Indikator penting bagi manajemen dan investor karena mencerminkan efektivitas penggunaan sumber daya dalam kegiatan operasional. Semakin tinggi nilai ROA suatu perusahaan, semakin besar pula laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dari total aset yang dimilikinya (Pratama, Prapanca, & Sriyono, 2024). Perusahaan dengan tingkat ROA yang tinggi memiliki potensi *growth opportunity* yang lebih besar karena mampu mengelola asetnya dengan optimal untuk mendanai ekspansi, inovasi, dan peningkatan kapasitas produksi (Siahaan *et al.*, 2025: 11).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh ROA terhadap *growth opportunity* yang tercermin dari pertumbuhan laba. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui

penggunaan aset, yang berkaitan dengan peluang pertumbuhan perusahaan untuk tumbuh di masa mendatang. Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana, Saraswati dan Yudaruddin (2025) hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba dan penelitian oleh Anggraini dan Rivandi (2023) menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Namun, tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang konsisten. Suryawan (2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA tidak mempengaruhi pertumbuhan laba dan penelitian oleh Yuliantin dan Aprianti (2022) menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba.

Selain ROA, *leverage* juga penting untuk diperhatikan. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan yang dibiayai menggunakan utang (Brigham & Houston, 2019: 113). Semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar pula proporsi pendanaan perusahaan yang berasal dari pinjaman. Kondisi ini dapat memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh laba yang lebih tinggi karena modal untuk ekspansi, namun disisi lain juga meningkatkan risiko keuangan jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban hutangnya (Sari & Mildawati, 2017). Maka, *leverage* memiliki hubungan yang erat dengan *growth opportunity*, karena struktur pendanaan yang tepat dapat mendorong perusahaan memanfaatkan peluang pertumbuhan dengan lebih optimal (Avialda & Muslihat, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu juga meneliti hubungan antara *debt to equity ratio* (DER) sebagai indikator *leverage* terhadap *growth opportunity* yang tercermin dari pertumbuhan laba dengan hasil yang bervariasi. Secara konseptual, *leverage*

menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan utang dalam aktivitas operasionalnya, yang dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba dari waktu ke waktu. Penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2019) menyatakan bahwa DER berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sementara itu, penelitian oleh Purwandari, Ambarwati, dan Pujiharjanto (2023) menunjukkan bahwa DER memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Sebaliknya, penelitian Silaban (2020) menemukan bahwa DER tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Kemudian Wage dan Harahap (2022) juga menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, terlihat adanya ketidakkonsistenan hasil (*research gap*) mengenai pengaruh ROA dan *leverage* terhadap *growth opportunity*. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ROA dan DER berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba, sementara penelitian lainnya menemukan hasil yang tidak signifikan. Perbedaan disebabkan oleh variasi periode penelitian, kondisi ekonomi makro, karakteristik industri, serta perbedaan dalam pengelolaan aset dan struktur pendanaan perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris terbaru pada sektor makanan dan minuman di BEI tahun 2018-2024, dengan tujuan memperjelas hubungan antara *return on assets* (ROA) dan *leverage* terhadap *growth opportunity* di tengah dinamika ekonomi yang tidak menentu.

Berdasarkan fenomena dan *research gap*, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul skripsi “**Pengaruh *Return on Assets (ROA)* dan *Leverage* terhadap *Growth Opportunity* (Survei pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2024)**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah suatu upaya (*to identify*) untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab timbulnya masalah yang didasarkan pada teori, hasil penelitian sebelumnya, logika dan pendapat sementara sebagai hipotesis atau harapan (Hartono, 2018). Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Return on Assets (ROA)*, *Leverage*, dan *Growth Opportunity* di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2024.
2. Bagaimana pengaruh *Return on Assets (ROA)* dan *Leverage* terhadap *Growth Opportunity* secara simultan di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2024.
3. Bagaimana pengaruh *Return on Assets (ROA)* dan *Leverage* terhadap *Growth Opportunity* secara parsial di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2024.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *Return on Assets* (ROA), *Leverage*, dan *Growth Opportunity* di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Leverage* terhadap *Growth Opportunity* secara simultan di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Leverage* terhadap *Growth Opportunity* secara parsial di perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2018-2024.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan memperkaya literatur mengenai hubungan antara *Return on Assets* (ROA), *leverage*, dan *growth opportunity* pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang menyoroti faktor-faktor keuangan yang mempengaruhi peluang pertumbuhan perusahaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

A. Bagi Manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber masukan untuk para pihak manajemen keuangan terutama mereka yang berada di perusahaan makanan

dan minuman untuk menentukan kebijakan ataupun keputusan mengenai pengelolaan aset, pengendalian tingkat *leverage*, serta strategi peningkatan peluang pertumbuhan perusahaan. Temuan penelitian dapat membantu manajemen mengevaluasi efektivitas pemanfaatan aset dan batas aman penggunaan utang dalam mendukung ekspansi usaha.

B. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar alat analisis fundamental terhadap sebuah kondisi perusahaan dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, terutama terkait profitabilitas dan struktur pendanaan. Dengan mengetahui bagaimana ROA dan *leverage* mempengaruhi *growth opportunity*, investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih tepat dan mempertimbangkan prospek pertumbuhan perusahaan makanan dan minuman.

C. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan yang mendalam baik teori maupun praktik terkait pengaruh *return on assets* dan *leverage* terhadap *growth opportunity*.

D. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2018 sampai 2024. Data keuangan perusahaan yang menjadi sampel penelitian dapat diakses melalui website resmi BEI (www.idx.co.id). Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada ketersediaan data keuangan yang lengkap dan valid dari perusahaan-perusahaan yang sudah *go public*, serta bergerak di sektor makanan dan minuman.

1.5.2 Waktu Penelitian

Demi terlaksananya penelitian ini secara efektif dan efisien, peneliti menyusun waktu penelitian yang dilaksanakan selama 7 bulan yang dimulai pada bulan Oktober 2025 sampai bulan April 2026. Waktu penelitian lebih jelasnya disajikan di lampiran 1.