

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor industri yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sektor ini menyumbang sekitar 6,34% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2022 (Syilfina & Soufyan, 2022). Pertumbuhan sektor ini didorong oleh beberapa faktor, seperti meningkatnya konsumsi masyarakat, inovasi produk, perluasan pasar domestik dan ekspor, serta perubahan gaya hidup yang semakin mengarah pada konsumsi makanan siap saji dan minuman kemasan. Selain itu, pertumbuhan jumlah penduduk, urbanisasi, serta tren konsumen terhadap produk makanan dan minuman sehat dan praktis turut memperkuat daya saing industri ini (Kurniawan et al., 2024).

Meskipun sektor ini memiliki potensi dan kontribusi besar terhadap perekonomian, Dalam beberapa tahun terakhir, industri makanan dan minuman mengalami kesulitan serius karena wabah COVID-19. Pandemi menimbulkan ketidakpastian ekonomi yang menyebabkan perubahan pola konsumsi, gangguan rantai pasok, serta fluktuasi harga bahan baku. Akibatnya, banyak perusahaan mengalami tekanan dalam menjaga profitabilitas dan stabilitas keuangan mereka (Marita & Ni'am, 2023). Oleh karena itu, menganalisis faktor-faktor internal perusahaan yang dapat mendorong pertumbuhan laba menjadi sangat relevan, terutama untuk memberikan gambaran yang komprehensif bagi para pemangku kepentingan.

Berkembangnya bisnis-bisnis baru di sektor makanan dan minuman disebabkan karena mereka melihat bahwa industri makanan dan minuman menawarkan peluang yang baik baik untuk saat ini maupun di masa depan. Sehingga munculnya persaingan yang ketat dan perubahan kondisi ekonomi membuat perusahaan makanan dan minuman harus beradaptasi untuk meningkatkan kinerjanya. Dampak ini terlihat dari penurunan laba pada tahun 2020, meskipun mulai menunjukkan tren pemulihan secara bertahap pada tahun 2021 hingga 2023 (Fianti et al., 2022).

Berdasarkan informasi laporan keuangan sejumlah perusahaan di industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), terlihat adanya fluktuasi signifikan dalam pertumbuhan laba bersih selama periode 2020–2023.

**Tabel 1. 1**  
**Pertumbuhan laba bersih (dalam jutaan Rupiah) dan margin laba bersih untuk perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2023**

No	Kode Saham	2020 (Rp Juta)	2020 (%)	2021 (Rp Juta)	2021 (%)	2022 (Rp Juta)	2022 (%)	2023 (Rp Juta)	2023 (%)
1	ICBP	6.586.907	14,12	6.388.477	11,25	4.587.367	7,08	6.990.572	10,29
2	INDF	6.455.632	7,9	7.642.197	7,69	6.359.094	5,74	8.147.019	7,29
3	MYOR	2.060.631	8,42	1.186.598	4,25	1.942.229	6,33	3.193.816	10,14
4	ULTJ	1.099.696	18,43	1.271.638	19,22	960.786	12,55	1.169.212	14,08
5	STTP	628.562	16,34	617.506	14,56	624.477	12,66	917.689	19,25
6	ROTI	215.050	6,7	281.341	8,56	432.220	10,98	333.291	8,72
7	CAMP	44.045	4,6	100.066	9,82	121.257	10,74	127.426	11,22
8	BUDI	62.496	2,29	83.283	2,47	88.961	2,63	100.802	2,56
9	HOKI	38.043	3,24	12.804	1,37	1.797	0,19	-1.465	-0,11
10	AISA	1.205.212	93,91	8.760	0,58	-62.366	-3,38	18.777	1,1

Sumber : (idnfinancials.com)

Misalnya, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mengalami penurunan laba dari Rp6,58 triliun pada 2020 menjadi Rp4,58 triliun pada 2022, sebelum kembali naik menjadi Rp6,99 triliun pada 2023. Tren serupa juga terlihat pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), PT Mayora Indah Tbk (MYOR), dan beberapa perusahaan lainnya. Bahkan, terdapat perusahaan seperti PT Buyung Poetra Sembada Tbk (HOKI) dan PT FKS Food Sejahtera Tbk (AISA) yang menunjukkan kinerja laba negatif atau menurun secara drastis ([idnfinancials.com](http://idnfinancials.com)).

Menurut Dianitha et al., (2020) Pertumbuhan keuntungan adalah suatu rasio yang menggambarkan kapabilitas perusahaan dalam meningkatkan keuntungan bersih dibandingkan dengan tahun lalu. Pertumbuhan laba yang meningkat menunjukkan bahwa pendapatan juga mengalami kenaikan. Rasio pertumbuhan laba menggambarkan seberapa efektif perusahaan dalam memperbesar laba bersihnya dibandingkan dengan tahun lalu (Djannah & Triyonowati, 2017). Suatu perusahaan yang berhasil meningkatkan labanya menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tersebut sudah memuaskan.

Dalam menganalisis aspek keuangan, terdapat sejumlah indikator yang umum digunakan sebagai ukuran untuk mengevaluasi performa dan keadaan perusahaan. Ukuran perusahaan, *Current Ratio* (CR), dan perkembangan penjualan adalah tiga indikator krusial yang kerap diterapkan dalam menilai kinerja finansial perusahaan. Ketiganya diyakini memiliki peran signifikan dalam mendukung atau menghambat pertumbuhan laba suatu perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset yang dimiliki. Semakin

besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Ukuran perusahaan yang besar juga menunjukkan tingkat kepercayaan publik dan kemampuan yang lebih tinggi dalam mengakses pendanaan eksternal, sehingga berpotensi meningkatkan pertumbuhan laba (Sari, 2022).

Fenomena yang terjadi di sektor makanan dan minuman menunjukkan bahwa besarnya ukuran perusahaan tidak selalu sejalan dengan pertumbuhan laba yang signifikan. Dalam beberapa kasus, perusahaan dengan ukuran besar belum tentu mampu meningkatkan pertumbuhan laba secara optimal. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor efisiensi operasional, struktur biaya yang tinggi, serta kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dimensi perusahaan memiliki dampak positif terhadap peningkatan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Widjaja (2021) mengungkapkan bahwa dimensi perusahaan memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan di sektor konsumsi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar dimensi perusahaan, semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, karena skala operasi yang lebih besar mendukung efisiensi dalam produksi dan akses ke pembiayaan yang lebih baik. Hasil serupa dikemukakan oleh Putri dan Hartono (2020) yang menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif dalam hal sumber daya dan strategi pasar, sehingga dapat mendorong peningkatan pertumbuhan laba secara signifikan.

Tidak semua penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang sama. Rizky dan Gunawan (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh

signifikan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa besarnya ukuran perusahaan belum tentu mencerminkan efektivitas dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi. Hidayat dan Ramadhani (2022) melaporkan adanya dampak buruk antara besar perusahaan dan peningkatan laba, yang menunjukkan bahwa seiring dengan bertambahnya ukuran perusahaan, maka biaya operasional dan kerumitan dalam manajemen juga meningkat, yang dapat menghambat tingkat pertumbuhan laba.

Faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi pertumbuhan laba adalah current ratio (CR). Rasio saat ini berfungsi untuk menilai kapasitas perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab jangka pendek menggunakan aset lancar yang ada. Rasio ini sering digunakan sebagai parameter likuiditas dan kestabilan keuangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat likuiditas tinggi biasanya dianggap mampu menjaga kelangsungan operasi mereka, sehingga diharapkan mampu meningkatkan keuntungan.

Menurut (Desi & Arisudhana 2020) Current Ratio, juga disebut sebagai rasio likuiditas yang merupakan perbandingan yang dipakai untuk mengetahui seberapa banyak aset likuid yang ada untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang akan segera jatuh tempo. Perbandingan ini mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk memenuhi utang mendesak atau kewajiban jangka pendek saat diminta secara keseluruhan.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung hubungan tersebut. Dewi dan Saputra (2020) menunjukkan bahwa current ratio berpengaruh positif terhadap

pertumbuhan laba pada perusahaan sektor industri konsumsi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam menjaga likuiditas berperan penting dalam menunjang aktivitas operasional yang menghasilkan laba. Handayani (2021) juga menemukan hasil serupa, bahwa perusahaan dengan current ratio tinggi memiliki peluang lebih besar dalam menjaga kestabilan keuangan dan mendukung pertumbuhan laba.

Hasil penelitian lain menunjukkan hubungan yang berbeda. Andika dan Pratama (2019) Menyatakan bahwa rasio lancar tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan keuntungan di perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur, karena aset lancar yang terlalu besar justru menunjukkan adanya dana menganggur yang kurang produktif. Rahman dan Lestari (2022) bahkan menemukan pengaruh negatif current ratio terhadap pertumbuhan laba, yang disebabkan oleh tingginya aset lancar yang tidak digunakan secara optimal untuk kegiatan operasional perusahaan.

Pertumbuhan penjualan juga merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi pertumbuhan laba. Peningkatan penjualan biasanya mencerminkan meningkatnya permintaan terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Tingkat penjualan yang tinggi diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap laba perusahaan, karena meningkatnya pendapatan dari aktivitas operasional. Dalam konteks sektor makanan dan minuman, pertumbuhan penjualan dapat dipengaruhi oleh tren konsumsi masyarakat, daya beli, serta inovasi produk yang dilakukan perusahaan.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba tidak selalu searah. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor efisiensi operasional, struktur biaya, dan strategi harga yang diterapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana pertumbuhan penjualan dapat memengaruhi pertumbuhan laba pada sektor makanan dan minuman di Indonesia.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Wulandari dan Setiawan (2021) Mengetahui bahwa lonjakan penjualan memberikan efek yang positif dan berarti terhadap perkembangan keuntungan di perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi angka penjualan yang diperoleh, maka semakin besar pula kemungkinan pertumbuhan laba perusahaan. Astuti dan Pramana (2020) juga menemukan hasil serupa, bahwa peningkatan penjualan menandakan keberhasilan perusahaan dalam menguasai pasar dan meningkatkan efisiensi produksi, sehingga mendorong peningkatan laba bersih.

Tidak semua penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang konsisten. Nugroho dan Rahmawati (2019) menemukan bahwa peningkatan penjualan tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan keuntungan di beberapa perusahaan sektor konsumen. Penelitian dari studi tersebut menunjukkan bahwa kenaikan penjualan tidak selalu disertai dengan kenaikan keuntungan jika perusahaan mengalami lonjakan biaya produksi atau penurunan margin keuntungan. Kusuma dan Wijaya (2022) bahkan menemukan pengaruh negatif antara pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan laba, yang menunjukkan bahwa

peningkatan volume penjualan tanpa efisiensi biaya dapat menekan tingkat profitabilitas perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus objek, periode waktu, serta pengembangan variabel yang digunakan. Penelitian ini secara khusus meneliti perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan sektor konsumsi secara umum. Selain itu, periode penelitian yang diambil adalah tahun 2020 hingga 2023, yaitu mencakup masa pandemi COVID-19 dan pemulihan ekonomi setelahnya, di mana banyak perusahaan mengalami fluktuasi signifikan dalam kinerja keuangannya. Hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Nainggolan et al. (2022) yang menggunakan variabel ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan leverage, serta Widiyanti dan Triyonowati (2024) yang menggunakan variabel ROA, DER, dan CR tanpa menyertakan variabel pertumbuhan penjualan. Dengan pendekatan ini, Penelitian diantisipasi dapat memberikan sumbangan empiris yang lebih menyeluruh tentang elemen-elemen yang berpengaruh terhadap perkembangan keuntungan di industri makanan dan minuman di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa menjadi panduan bagi para investor dalam menganalisis potensi perusahaan di bidang makanan dan minuman di Indonesia. Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian ini berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Current Ratio*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Pertumbuhan Laba pada Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk Periode 2020-2023”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023?
2. Apakah *Current Ratio* (CR) berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020-2023.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu ekonomi, khususnya dalam bidang akuntansi keuangan dan manajemen keuangan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba.
- b. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Investor dan Pemegang Saham: Memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan sektor makanan dan minuman, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.
- b. Bagi Manajemen Perusahaan: Memberikan wawasan bagi manajemen perusahaan sektor makanan dan minuman dalam meningkatkan profitabilitas dan efisiensi pengelolaan aset, likuiditas, serta strategi pertumbuhan penjualan.
  - c. Bagi Regulator dan Pemerintah: Memberikan bahan pertimbangan dalam merancang kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor makanan dan minuman di Indonesia.