

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat konsumsi produk makanan dan minuman yang tinggi berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata pengeluaran per kapita untuk komoditas makanan dan minuman jadi dalam seminggu mencapai Rp55.744, yang merupakan angka tertinggi dibandingkan dengan pengeluaran untuk komoditas lainnya. Industri makanan dan minuman di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan positif dari tahun ke tahun, bahkan menjadi salah satu sektor unggulan yang berperan signifikan dalam Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 2,54 persen dari tahun 2020 ke tahun 2021 dengan nilai mencapai Rp775,1 triliun. Pada tahun 2021, produk domestik bruto (PDB) sektor ini atas dasar harga berlaku (ADHB) tercatat sebesar Rp1,12 kuadriliun. Nilai tersebut berkontribusi sebesar 38,05 persen terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan sebesar 6,61 persen terhadap total PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun. 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, ini juga merupakan industri di mana perusahaan lokal sangat ambisius dan telah berkembang menjadi eksportir global yang sukses. Pada saat yang sama, internasionalisasi masakan lokal merupakan peluang utama bagi perusahaan asing untuk menjual produk mereka kepada konsumen Indonesia, yang semakin terbuka terhadap makanan dan rasa baru. Dengan jumlah populasi yang besar dan pola konsumsi yang terus meningkat, sektor ini diproyeksikan tetap tumbuh secara stabil dan diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi perekonomian negara. Selain itu, industri makanan dan minuman menjadi sektor utama yang menarik minat investor baik dari dalam maupun luar negeri karena memiliki prospek pertumbuhan yang menjanjikan.

Saat ini, profitabilitas perusahaan manufaktur di sektor makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh beberapa faktor strategis. Pertumbuhan sektor ini mencapai 4,47% pada 2023, dengan kontribusi besar terhadap PDB nasional. Hal ini disebabkan oleh peningkatan konsumsi dalam negeri, terutama dari permintaan produk makanan dan minuman yang terus tumbuh. Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mencatat bahwa industri ini menyumbang sekitar 39,1% dari PDB industri non-migas dan memainkan peran penting dalam mengurangi defisit perdagangan, dengan surplus

mencapai \$25,21 miliar dari ekspor senilai \$41,7 miliar pada 2023 (timesindonesia.co.id).

Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia tidak terlepas dari berbagai tantangan. Tantangan utama industri makanan dan minuman di Indonesia ke depan adalah ketergantungan pada pasar domestik dan bahan baku impor, yang membuat produsen lokal rentan terhadap fluktuasi harga global. UMKM menghadapi tekanan dari kenaikan upah, tarif listrik, dan suku bunga pinjaman. Untuk tetap kompetitif, pelaku usaha perlu meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat kualitas dan branding produk lokal. Persepsi konsumen terhadap merek asing sebagai produk berkualitas masih menjadi tantangan, terutama pada segmen makanan anak. Bahkan, perbaikan kemasan dapat menjadi langkah awal untuk meningkatkan daya tarik produk lokal.

Pengolahan makanan dan minuman adalah salah satu industri yang paling matang di Indonesia, dengan sejumlah besar bisnis bersaing untuk penjualan. Sebagian besar adalah usaha kecil atau mikro, meskipun sejumlah kecil perusahaan besar mendominasi pasar, termasuk PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mencatat penjualan bersih perusahaan per kuartal I 2022 atau selama tiga bulan pertama tahun ini tembus Rp17,18 triliun, Wings Group, dan Garuda Food, anak perusahaan Tudung Group. Perusahaan-perusahaan tersebut telah memulai strategi untuk tidak hanya menarik pelanggan melalui harga, tetapi juga berinovasi untuk menghasilkan produk yang disesuaikan dan bernilai tambah yang

menarik preferensi konsumen Indonesia untuk makanan tradisional dalam bentuk instan seperti bubur instan Mayora. Karena bisnis besar lebih siap untuk menghadapi kenaikan biaya atau perubahan kebijakan yang tiba-tiba dan berada dalam posisi yang lebih kuat untuk memanfaatkan pasar ekspor yang semakin terbuka di kawasan Asia Tenggara, industri makanan dan minuman Indonesia diperkirakan akan mengalami konsolidasi yang signifikan. Perusahaan dan merek asing juga terintegrasi dengan baik ke pasar, termasuk Nestle, Kraft Foods, dan Unilever. Internasionalisasi masakan Indonesia menunjukkan bahwa makanan tradisional ala barat, seperti yang berbahan dasar susu atau gandum, akan semakin cocok dengan selera lokal.

Budaya makan di Indonesia terus berkembang, terutama di kalangan anak muda yang semakin sadar kesehatan. Ini membuka peluang bagi produk bernutrisi seperti sereal dan susu yang diperkaya, khususnya untuk segmen penurunan berat badan, binaragawan, dan ibu menyusui. Urbanisasi juga mendorong pertumbuhan makanan ringan. Selain itu, produk kopi dan teh siap minum mengalami pertumbuhan pesat, disusul oleh peningkatan penjualan jus buah/sayuran serta minuman olahraga dan energi. (djkn.kemenkeu.go.id).

Kementerian Perindustrian Indonesia mengembangkan komoditas gula semut berbahan kelapa, seiring posisi Indonesia sebagai produsen kelapa terbesar dunia. Selain itu, didorong pula industri gula tebu di wilayah timur seperti NTB dan NTT. Kemenperin aktif mempromosikan

produk makanan dan minuman melalui pameran dalam dan luar negeri, termasuk di Plaza Pameran Industri yang diikuti sekitar 60 perusahaan. Presidensi G20 Indonesia 2022 juga dimanfaatkan untuk memperluas pasar ekspor produk mamin nasional.

Pada perusahaan manufaktur khususnya sektor makanan dan minuman, tantangan dalam perhitungan rasio yang tidak baik atau tidak ideal sangat relevan. Fluktuasi harga bahan baku, ketatnya persaingan pasar, serta kebutuhan akan inovasi dan kualitas produk menuntut perusahaan untuk melakukan pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan efisien. Banyak perusahaan di sektor ini menghadapi dilema dalam mempertahankan likuiditas yang baik, menjaga solvabilitas agar tidak berlebihan, serta meningkatkan efektivitas aktivitasnya demi menjaga profitabilitas.

Rasio profitabilitas merupakan salah satu aspek kunci dalam analisis keuangan karena memberikan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai indikator kinerja serta keberlanjutan bisnis. Menurut Hery (2014:192), rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Rasio ini mencerminkan efisiensi pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap penjualan yang dilakukan.

Salah satu indikator yang sering digunakan untuk menilai profitabilitas adalah *Return on Assets* (ROA). ROA merupakan teknik

analisis yang umum digunakan oleh manajemen untuk mengukur efektivitas keseluruhan operasi perusahaan. Namun, dalam praktiknya, pertumbuhan penjualan di sektor makanan dan minuman belum selalu sejalan dengan peningkatan ROA.

Tabel I-1
Data *Return on Assets* (ROA)

PERUSAHAAN	2020	2021	2022	2023
PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI)	53%	70%	103%	85%
Akasha Wira Int'l Tbk (ADES)	14%	21%	22%	19%
Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI)	23%	3%	3%	3%
Campina Ice Cream (CAMP)	4%	9%	12%	13%
Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (CEKA)	12%	11%	13%	8%
Sariguna Primatama Tbk (CLEO)	10%	13%	11%	14%
Delta Djakarta Tbk (DLTA)	10%	14%	18%	17%
Diamond Food Indonesia Tbk (DMND)	4%	6%		

Sumber : Data diolah sendiri

Berdasarkan data Return on Assets (ROA) perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman di Indonesia tahun 2020–2023, terlihat adanya variasi signifikan antar perusahaan. Beberapa perusahaan seperti PT Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) mencatatkan ROA sangat tinggi dengan tren fluktuatif, mencapai puncaknya di tahun 2022 sebesar 103%, sebelum sedikit menurun pada 2023. Sebaliknya, perusahaan seperti Budi Starch & Sweetener Tbk (BUDI) mempertahankan ROA pada tingkat rendah sekitar 3% sepanjang periode tersebut.

Penyebab utama perbedaan kinerja ROA ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor:

1. Efisiensi operasional: Perusahaan dengan manajemen aset dan operasional yang lebih efisien mampu menghasilkan laba lebih besar dari aset yang dimiliki, seperti ROTI dan DLTA.
2. Strategi ekspansi dan inovasi produk: Perusahaan yang melakukan inovasi produk serta ekspansi pasar secara agresif cenderung memperoleh ROA lebih tinggi, meskipun terkadang diikuti fluktuasi sebagai dampak biaya investasi.
3. Pengaruh pandemi COVID-19: Tahun 2020 menunjukkan ROA lebih rendah di sebagian besar perusahaan akibat penurunan permintaan dan terganggunya operasional bisnis.
4. Pemulihan pasca-pandemi: Tahun 2021–2023 terjadi pemulihan bertahap seiring dengan membaiknya kondisi pasar dan peningkatan konsumsi domestik.
5. Kapasitas produksi dan skala bisnis: Perusahaan besar dengan kapasitas produksi besar dan diversifikasi pasar lebih mampu mengoptimalkan asetnya dibandingkan perusahaan kecil atau mikro.

Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun konsumsi meningkat, banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam memaksimalkan efisiensi asetnya untuk menghasilkan laba. Beberapa perusahaan bahkan mengalami tren ROA yang stagnan atau menurun, yang mencerminkan rendahnya efektivitas pengelolaan sumber daya meskipun terdapat ekspansi dan

inovasi produk. Oleh karena itu, ROA menjadi alat ukur yang sangat relevan untuk mengetahui sejauh mana strategi keuangan dan operasional mampu mendukung profitabilitas perusahaan. Profitabilitas yang optimal tidak hanya menjadi tujuan utama perusahaan, tetapi juga menjadi faktor penentu keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Hal ini menjadi sangat relevan terutama di sektor industri makanan dan minuman di Indonesia, yang sangat kompetitif dan menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan preferensi konsumen, serta ketatnya persaingan baik di pasar domestik maupun global. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi profitabilitas, seperti likuiditas, solvabilitas, dan aktivitas.

Rasio likuiditas merupakan indikator penting dalam menilai kesehatan finansial perusahaan serta kemampuannya dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Menurut Kasmir (2016:129), rasio likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya. Likuiditas yang memadai memungkinkan perusahaan untuk menjalankan operasional secara lancar tanpa gangguan, menghindari biaya tambahan seperti denda keterlambatan atau bunga dari pinjaman darurat. Sebaliknya, likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat berdampak negatif terhadap profitabilitas karena dana yang menganggur tidak dimanfaatkan secara produktif.

Penelitian oleh Sartono (2010) menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Perusahaan dengan

tingkat likuiditas yang sehat cenderung memiliki performa keuangan yang lebih stabil. Studi lain oleh Utami dan Darmawan (2017) juga mengungkapkan bahwa rasio likuiditas seperti *current ratio* dan *quick ratio* berpengaruh positif terhadap ROA. Namun demikian, tidak semua studi menghasilkan temuan serupa. Penelitian Riyanto dan Herlina (2019) menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada sektor manufaktur, karena variabel lain seperti efisiensi operasional dan struktur modal lebih dominan memengaruhi kinerja keuangan.

Bagi pemilik usaha maupun kreditor, rasio likuiditas menjadi perhatian penting karena dapat menggambarkan risiko kegagalan membayar utang. Gitman dan Zutter (2015) menekankan bahwa manajemen modal kerja yang optimal, termasuk pengelolaan likuiditas, memiliki hubungan positif terhadap peningkatan profitabilitas.

Strategi untuk meningkatkan profitabilitas melalui likuiditas meliputi: mempercepat perputaran piutang, mengoptimalkan manajemen persediaan, dan mengatur jadwal pembayaran utang agar kas tetap tersedia tanpa mengorbankan peluang investasi. Dengan demikian, keseimbangan yang tepat antara likuiditas dan profitabilitas sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan dan kelangsungan usaha.

Rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah alat penting dalam analisis keuangan yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan membiayai asetnya dengan utang, serta kemampuannya dalam memenuhi

seluruh kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang (Kasmir, 2016:151). Rasio ini memberikan gambaran mengenai stabilitas keuangan perusahaan dalam jangka panjang serta potensi risiko kebangkrutan. Rasio solvabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki beban utang yang besar, yang berisiko mengganggu kestabilan finansial dan menurunkan profitabilitas akibat tingginya beban bunga. Sebaliknya, rasio solvabilitas yang terlalu rendah mengindikasikan bahwa perusahaan kurang memanfaatkan pembiayaan utang untuk ekspansi atau investasi, yang justru dapat membatasi potensi pertumbuhan laba. Menurut Chen *et al.* (2013), penggunaan utang yang bijak dapat meningkatkan profitabilitas, selama dikelola dengan hati-hati. Di sisi lain, Wald (1999) menunjukkan bahwa perusahaan dengan rasio utang yang terlalu tinggi cenderung mengalami penurunan profitabilitas karena tingginya beban bunga.

Untuk memaksimalkan profitabilitas melalui pengelolaan solvabilitas, perusahaan dapat menerapkan strategi seperti: memilih sumber pendanaan dengan biaya bunga rendah, memperpanjang tenor pinjaman untuk mengurangi tekanan arus kas jangka pendek, serta menggunakan utang untuk membiayai investasi produktif dengan tingkat pengembalian yang lebih tinggi dari biaya utangnya. Dengan pengelolaan utang yang bijak, profitabilitas jangka panjang dapat ditingkatkan, dan risiko keuangan dapat diminimalkan.

Rasio aktivitas mengukur efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan seluruh asetnya untuk mendukung operasional dan menghasilkan pendapatan. Menurut Kasmir (2016:172), rasio aktivitas digunakan untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan aktiva dalam kegiatan operasional harian perusahaan, seperti pengelolaan persediaan, piutang, dan total aset.

Salah satu indikator utama dalam rasio aktivitas adalah perputaran total aktiva, yang menunjukkan seberapa besar perusahaan mampu menghasilkan penjualan dari seluruh aset yang dimilikinya. Efisiensi tinggi dalam penggunaan aset memungkinkan perusahaan meningkatkan pendapatan tanpa harus menambah aset secara signifikan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan *Return on Assets* (ROA). Misalnya, perusahaan yang mampu mempercepat penagihan piutang dan mengelola persediaan secara optimal akan membutuhkan modal kerja yang lebih rendah, sehingga dapat menekan biaya dan meningkatkan margin laba. Oleh karena itu, rasio aktivitas yang baik mencerminkan pengelolaan sumber daya yang efektif dan efisien, yang pada gilirannya akan mendukung pencapaian tingkat profitabilitas yang lebih tinggi. Khususnya, pengukuran profitabilitas melalui *Return on Assets* (ROA) menjadi sangat penting untuk menggambarkan efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan seluruh asetnya guna menghasilkan laba. Dalam konteks industri makanan dan minuman yang sangat dinamis dan kompetitif, ROA mampu mengungkap performa sejati perusahaan di tengah tekanan biaya,

perubahan selera konsumen, dan tantangan global. Hal ini memperkuat alasan pemilihan variabel profitabilitas dalam penelitian ini sebagai variabel dependen utama yang mencerminkan kinerja keuangan secara menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik mengambil judul “PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, SOLVABILITAS DAN AKTIVITAS TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah rasio likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman?
2. Apakah rasio solvabilitas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman?
3. Apakah rasio aktivitas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan mendalam, maka beberapa batasan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mencakup perusahaan manufaktur sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode tahun 2020 - 2023.

2. Penelitian ini likuiditas diproksikan *Current Ratio* (CR), solvabilitas diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER), dan aktivitas diproksikan dengan *Total Asset Turnover* (TATO) adalah variabel yang diteliti pengaruhnya terhadap profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA).

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman.
2. Untuk mengetahui apakah solvabilitas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman.
3. Untuk mengetahui apakah aktivitas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama: manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu :

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perusahaan: Menyediakan analisis yang membantu manajemen perusahaan memahami dampak pengelolaan keuangan terhadap profitabilitas dan memberikan rekomendasi strategis

untuk meningkatkan efisiensi likuiditas, solvabilitas, dan aktivitas perusahaan.

- b. Bagi Investor dan Pemangku Kepentingan: Menyediakan informasi objektif mengenai kinerja keuangan perusahaan dalam sektor makanan dan minuman dan membantu investor membuat keputusan investasi yang lebih tepat berdasarkan kondisi keuangan perusahaan.
- c. Bagi Pemerintah dan Regulator: Memberikan data empiris mengenai kondisi keuangan sektor makanan dan minuman sebagai dasar untuk kebijakan yang mendukung perkembangan industri dan membantu regulator memahami tantangan keuangan dalam sektor ini sehingga dapat menyusun strategi untuk memperkuat daya saingnya.

2. Manfaat Teoritis

- a. Menambah literatur ilmiah mengenai hubungan antara rasio keuangan (likuiditas, solvabilitas, dan aktivitas) dengan profitabilitas perusahaan.
- b. Memperkaya wawasan akademis terkait analisis kinerja keuangan di sektor makanan dan minuman.
- c. Memberikan dasar teori untuk penelitian lanjutan yang berfokus pada sektor industri lain atau indikator keuangan tambahan.