

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri manufaktur merupakan salah satu bisnis di Indonesia yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Perusahaan manufaktur adalah salah satu bagian penting dalam perekonomian Indonesia karena memiliki peran besar dalam menghasilkan nilai lebih seperti menyerap tenaga kerja, dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Sektor manufaktur kembali menunjukkan pertumbuhan di tengah perlambatan ekonomi negara dan ketidakberdayaan ekonomi dunia (Hallaw & Dini, 2021:1).

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Produksi Manufaktur 2024

No	Subsektor	Pertumbuhan
1	Industri Furniture	19,85%
2	Percetakan dan reproduksi media rekaman	15.99%
3	Kimia, Farmasi & Obat	15,99%
4	Produk Batu Bara dan Penggilingan Minyak Bumi	7,43%
5	Logam Dasar	6,04%
6	Makanan & Minuman	3,47%

Sumber: Badan Pusat Statistik 2024

Dilihat dari tabel 1.1 pertumbuhan produksi manufaktur industri makanan dan minuman berkontribusi paling rendah hanya sebesar 3,47% dibandingkan industri lain seperti industri furniture sebesar 19,85%, industri percetakan & reproduksi media rekaman 15,99% serta industri kimia, farmasi & obat 15,99% industri batu bara dan minyak bumi sebesar 7,43%, dan logam dasar 6,04%.

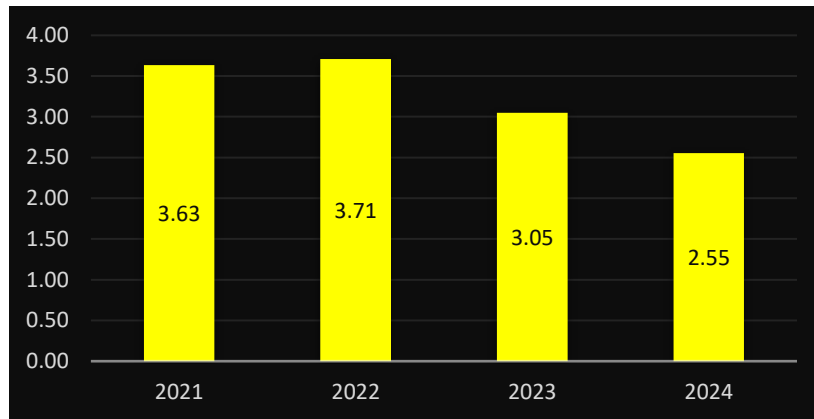
Rendahnya pertumbuhan produksi pada subsektor *food and beverage* dibanding subsektor manufaktur lainnya menunjukkan adanya indikasi perlambatan aktivitas

industri. Kondisi ini dapat menjadi sinyal negatif bagi investor terkait prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Untuk dapat bertahan industri manufaktur harus mencapai tujuan perusahaan. Menurut Purnami dkk., (2023: 29) terdapat 3 tujuan yang harus di capai oleh setiap perusahaan yaitu memaksimalkan laba, memberikan kesejahteraan pemilik saham dan mengoptimalkan nilai perusahaan.

Sektor manufaktur subsektor *food and beverage* memiliki kemungkinan untuk maju dan berkembang secara berkelanjutan dengan kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai yang didasarkan pada daya saing industri *food and beverage* hadir sebagai salah satu sektor penopang permintaan kebutuhan penduduk Indonesia. Hal ini menyebabkan persaingan yang semakin kuat antar perusahaan sejenis karena dianggap memiliki prospek yang menguntungkan di masa sekarang maupun di masa yang akan datang (Azizah & Widyawati, 2021:2)

Salah satu cara untuk menilai daya saing dan kinerja perusahaan di pasar adalah dengan melihat nilai Perusahaan. Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator utama yang mencerminkan kinerja dan daya saing di pasar (Pratama & Alhadi, 2025:2). Peningkatannya adalah sasaran strategis yang signifikan untuk perusahaan, karena dapat menggugah minat para investor dan membantu keberlangsungan dalam jangka panjang. Nilai perusahaan yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang lebih tinggi, investor akan mendapat keuntungan tambahan selain dividen yang diberikan oleh perusahaan, yaitu *capital gain* dari saham yang mereka miliki.

Mengoptimalkan nilai perusahaan ini sangat penting karena pada gilirannya akan mencerminkan kualitas perusahaan dan berkontribusi pada peningkatan nilai saham. Nilai perusahaan menurut Afzal & Rohman, (2012:4) dapat di ukur dari *price book value* (PBV) dimana *price book value* (PBV) merupakan indikator untuk mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. *Price book value* (PBV) menunjukkan tingkat apresiasi pasar terhadap nilai buku yang dimiliki perusahaan (Nikonov, 2025:1092).



Sumber : laporan keuangan BEI 2026

Gambar 1. 1 Rata-rata *Price Book Value* Manufaktur Subsektor *Food and baverage* 2021-2024

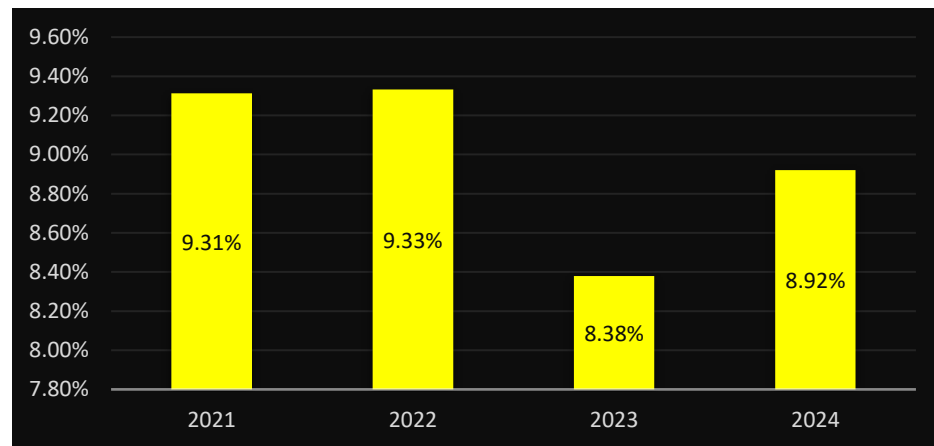
Dilihat dari gambar 1.1 rata-rata nilai perusahaan yang dihitung dari *Price Book Value (PBV)* manufaktur *food & beverage* mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2022, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 2% dibandingkan tahun sebelumnya, yang mengindikasikan adanya respons positif pasar terhadap kinerja perusahaan pada periode tersebut. Namun, pada tahun 2023 nilai perusahaan mengalami penurunan yang cukup tajam, yaitu sebesar 18% dibandingkan tahun 2022, yang mencerminkan menurunnya kepercayaan investor serta adanya tekanan baik dari faktor internal maupun eksternal perusahaan. Selanjutnya, pada tahun 2024 nilai perusahaan kembali mengalami penurunan sebesar 16% dibandingkan tahun 2023, yang menunjukkan bahwa upaya pemulihan yang dilakukan perusahaan belum sepenuhnya mampu mengembalikan nilai perusahaan ke tingkat yang optimal.

Penurunan nilai perusahaan dapat mengganggu kestabilan perusahaan jangka panjang yang disebabkan oleh kurangnya minat investor untuk membantu keberlangsungan dalam jangka yang panjang. Karena nilai perusahaan menunjukkan seberapa baik manajemen mengelola kinerja perusahaan, apakah manajemen mengelola perusahaan dengan baik atau buruk (Setiawati dkk., 2023:222).

Proses bisnis yang terus berubah membuat persaingan semakin ketat dan kompetitif untuk bersaing dan mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan harus melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan salah satunya adalah kinerja keuangan perusahaan. Menurut Putra dkk., (2021:454) ketika perusahaan mendapatkan keuntungan yang tinggi dari aktivitas transaksinya, maka akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena investor memiliki persepsi ketika perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal sehingga peluang pemegang saham untuk mendapatkan bagian keuntungan (*dividen*) akan lebih tinggi.

Persaingan perusahaan yang sangat kompetitif juga memerlukan dukungan penyajian *annual report* yang rapih. Laporan tahunan digunakan untuk mengidentifikasi dan menunjukkan suatu kinerja keuangan dan hubungan antar variabel. Laporan keuangan berisi informasi penting untuk masyarakat, pemerintah, pemasok & kreditur, pemilik perusahaan/pemegang saham, manajemen perusahaan, investor, pelanggan dan karyawan, yang diperlukan secara tetap untuk mengukur kondisi dan efisiensi operasi perusahaan Sundjaja & Barlian, (2003:128). Menilai kondisi suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan dengan menganalisa rasio keuangan salah satunya rasio profitabilitas yang dapat diukur dari *return on assets* (ROA) (Sundjaja & Barlian, 2003:145).

Profitabilitas sendiri merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan sehingga tingkat keuntungan perusahaan tersebut dapat mencerminkan kondisi perusahaan (Inayah, 2022:790). *Return on assets* (ROA) digunakan sebagai proksi dari kinerja keuangan sebagai ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih berdasarkan semua asetnya, ROA juga sering disebut sebagai *earning power* (Arofah & Khomsiyah, 2023:129). *Return on assets* (ROA) yang semakin besar dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan (liswatin 2022:80). ROA dipilih sebagai proksi kinerja keuangan karena mampu mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola seluruh asetnya untuk menghasilkan laba baik dari aset tetap maupun aset lancar (Hariatih dkk., 2025:316).



Sumber : laporan Keuangan BEI 2026

Gambar 1.2 Rata-rata *Return on assets* Manufaktur Subsektor *Food and beverage* 2021-2024

Dilihat dari gambar 1.2 rata rata kinerja keuangan manufaktur *food and beverage* tahun 2021-2024 mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2022 kinerja keuangan manufaktur *food and beverage* mengalami kenaikan sebesar 0,21% dari tahun 2021 yang Menunjukkan bahwa pertumbuhan industri ini mampu menjaga performa keuangan di tengah masa pemulihan ekonomi pascapandemi namun, di tahun 2023 kinerja keuangan *food and beverage* mengalami penurunan dengan nilai kinerja keuangan -10,21% dari tahun 2022 penurunan ini menjadi titik krusial yang mengidentifikasi adanya tekanan faktor eksternal maupun internal yang berdampak pada profitabilitas dan efisiensi operasional perusahaan manufaktur *food and beverage* lalu ditahun 2024 mengalami kenaikan kembali sebesar 6,47% dari tahun 2023. Trend tersebut menggambarkan perbaikan kinerja keuangan meskipun angka tersebut belum dapat menyamai level kinerja keuangan di tahun 2021 dan 2022.

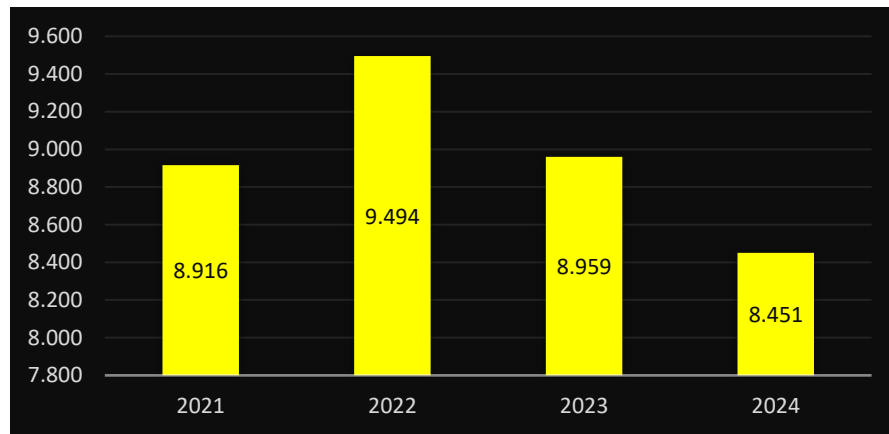
Fluktuasi ini dapat menggambarkan adanya guncangan tingkat efektivitas yang terjadi di perusahaan manufaktur *food and beverage* dimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan asset yang dimiliki masih belum optimal. Menurut Silkfan & Maharani, (2022:349) profitabilitas adalah gambaran yang dapat melihat penggunaan aset terhadap kegiatan operasional perusahaan. Semakin besar nilai profitabilitasnya menunjukkan kinerja perusahaan

yang semakin baik atau meningkat begitupun sebaliknya, nilai profitabilitas yang menurun menunjukkan kinerja perusahaan yang buruk atau menurun. Kesenjangan (gap) antara kinerja optimal di tahun 2022 dengan penurunan tajam di tahun 2023, serta upaya pemulihan di tahun 2024, menjadi alasan penting bagi peneliti untuk melakukan analisis lebih mendalam. Memahami faktor-faktor yang memengaruhi fluktuasi kinerja keuangan ini sangat diperlukan bagi manajemen perusahaan untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dan investor dalam menentukan strategi keberlanjutan di masa depan. Berdasarkan kondisi tersebut, kinerja keuangan tidak hanya dipandang sebagai indikator keberhasilan operasional perusahaan, tetapi juga berperan sebagai variabel yang menjembatani pengaruh *intellectual capital* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Intellectual capital* dan ukuran perusahaan yang dikelola secara efektif akan tercermin pada peningkatan kinerja keuangan, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan di pasar modal.

Perusahaan perlu survive dalam persaingan yang ketat dan mendapatkan keuntungan yang maksimal, perusahaan harus melakukan strategi untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki agar kinerja keuangan dapat lebih baik. sumberdaya disini adalah aset yang berwujud dan tidak berwujud meskipun, perusahaan pada umumnya memiliki kemampuan untuk mengelola aset yang berwujud, namun beberapa perusahaan masih belum menyadari betapa pentingnya mengelola aset yang tidak berwujud. Selain itu, di era industri saat ini, pengembangan bisnis berfokus pada kemampuan sumber daya manusia yang inovatif. Rahmadi & Mustasowifin, (2021:280) menyatakan bahwa mengelola sumberdaya tak berwujud menjadi sangat penting bagi perusahaan untuk bertahan dan mendapatkan keuntungan.

Salah satu komponen penting dari bisnis adalah aset berbasis pengetahuan dan sumber daya yang dinilai dapat membantu perusahaan memperoleh dan mempertahankan keunggulan kompetitif secara konsisten. Salah satu komponen aset tidak berwujud yang berbasis pengetahuan adalah *intellectual capital* (IC). setiap peningkatan nilai tambah yang dihasilkan oleh elemen-elemen *intellectual capital* akan sangat mendorong pemaksimalan kinerja keuangan (Gani, 2022:528). *intellectual capital* merujuk pada modal-modal non-fisik atau modal tidak berwujud (*intangible*

assets) atau tidak kasat mata (*invisible*) yang terkait dengan pengetahuan dan pengalaman manusia serta teknologi yang digunakan (Hadjwijaya, 2013:17). Kekayaan intelektual terdiri dari tiga komponen yaitu *human capital* (HC), *structural capital* (SC) dan *customer capital* (CC) (Ulum, 2017:170) studi ini menggunakan model *value added intellectual coefficient* (VAICTM) yang diusulkan oleh Pulic, (1998:4).



Sumber : Laporan keuangan BEI 2026

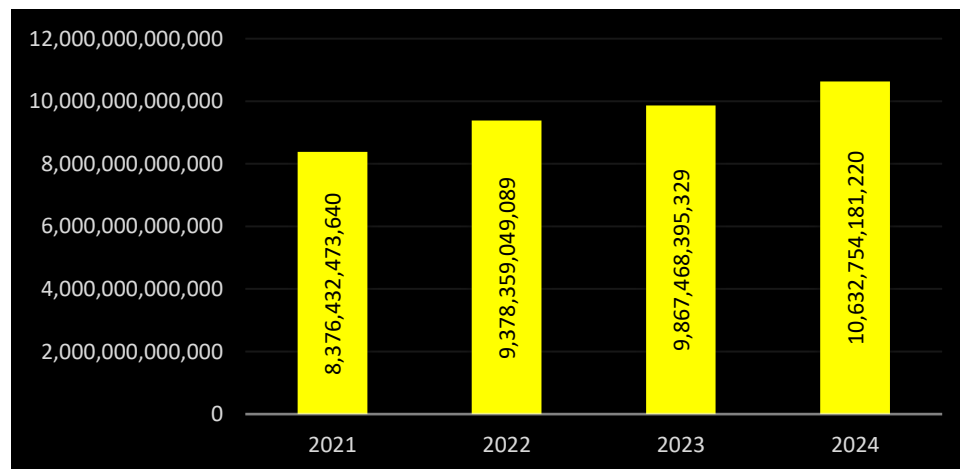
Gambar 1.3 Rata-rata *Value Added Intellectual Coefficient* Manufaktur Subsektor *Food and beverage* 2021-2024

Dilihat dari gambar 1.3 rata-rata *intellectual capital* yang diprosikan dengan metode VAICTM perusahaan manufaktur *food & beverage* mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2022 memiliki nilai tertinggi yaitu 9,494. Nilai ini mengartikan pada tahun 2022 penggunaan modal tidak berwujud sangat baik namun, ditahun 2023 mengalami penurunan sebesar 0,535 dengan laju penurunan sebesar -6% dan di tahun 2024 *intellectual capital* mengalami penurunan kembali sebesar 0,509 dengan laju penurunan -6%.

Fluktuasi ini menggambarkan penurunan efisiensi *intellectual capital* dimana *intellectual capital* menjadi sinyal urgensi bagi perusahaan, mengingat manajemen aset tidak berwujud yang buruk dapat menghambat optimalisasi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Extevanus &

Habiburahman, (2024:188) *intellectual capital* merupakan faktor keunggulan perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang lain.

Selain *intellectual capital* strategi untuk meningkatkan kinerja keuangan adalah ukuran perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin besar pula sumber daya yang dimiliki untuk mendukung pemanfaatan *intellectual capital* secara optimal sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian (Gunawan dkk., 2022:36) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Ukuran perusahaan merupakan besarnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dengan besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan (Hidayat & Tasliyah, 2022:96). Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki pendapatan yang lebih tinggi, laba yang lebih besar, atau rasio keuangan yang lebih positif dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil (Riswan & Martha, 2024:535). Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari berbagai sumber, sehingga untuk memperoleh pinjaman dan kreditur pun akan lebih mudah karena perusahaan dengan ukuran besar memiliki probabilitas lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam dunia industri (Ariansyah dkk., 2023:250).



Sumber : laporan keuangan BEI 2026

Gambar 1.4 Rata-rata Total Asset Manufaktur Subsektor *Food and beverage* 2021-2024

Dapat dilihat dari gambar 1.4 rata rata ukuran perusahaan manufaktur *food and baverage* tahun 2021-2024 yang dilihat dari total asset mengalami kenaikan yang signifikan dimana pada tahun 2022 ukuran perusahaan mengalami kenaikan yang tajam dengan laju kenaikan sebesar 12% dan di lanjut kenaikan pada tahun 2023 dan 2024 masih mengalami kenaikan namun laju kenaikan perusahaan manufaktur *food and beverage* mengalami penurunan dimana pada tahun 2023 laju kenaikanya hanya sebesar 5% dan di tahun 2024 adalah 8%. Menurut penelitian Yuliana, (2023:113) ukuran perusahaan yang meningkat juga menggambarkan nilai asetnya akan meningkat, dan jika aset tersebut dikelola dengan baik dan efisien, profitabilitasnya akan meningkat. Ini berdampak pada kinerja keuangan perusahaan, dan kinerja keuangannya akan dinilai tinggi, yang dapat menarik investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Ukuran perusahaan yang terus bertumbuh sebagaimana di tunjukan dalam tren tahun 2021-2024 menunjukkan sinyal bahwa perusahaan *food and beverage* di Indonesia semakin kompetitif. Dengan dinamika ukuran perusahaan ini dapat memengaruhi pandangan investor dalam stabilitas perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada fluktuasi kinerja keuangan dan nilai perusahaan di pasar modal.

Berdasarkan penjelasan fenomena dan penelitian empiris sebelumnya, penelitian ini didasarkan pada pembaharuan penelitian. Kajian tentang peran *intellectual capital* pada perusahaan manufaktur, terutama di bidang makanan dan minuman, masih sangat terbatas. Sebaliknya, sebagian besar penelitian sebelumnya mengenai *intellectual capital* fokus pada industri perbankan dan jasa yang berbasis pengetahuan. Namun, perusahaan manufaktur makanan dan minuman semakin dipaksa untuk mengoptimalkan pengelolaan aset tidak berwujud mereka untuk meningkatkan kinerja keuangan dan nilai mereka. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk mengevaluasi kembali bagaimana nilai intelektual yang diukur melalui metode VAICTM mempengaruhi industri manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk mengurangi bias pengaruh dari kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini terdapat variabel kontrol yaitu *leverage* yang di proksikan dengan debt equity ratio.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis dapat merumuskan masalah antara lain :

1. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur *food & beverage*?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur *food & beverage*?
3. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur *food and beverage*?
4. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur *food and beverage*?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur *food and beverage*?
6. Apakah kinerja keuangan dapat memediasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage*?
7. Apakah kinerja keuangan dapat memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage*?

1.3 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah

Agar pembahasan dapat lebih fokus dan terarah. Penulis membatasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian ini menganalisis pengaruh *intellectual capital* yang diukur dengan metode *value added intellectual coefficient* (VAICTM) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Kinerja keuangan digunakan sebagai variabel mediasi dalam hubungan *intellectual capital* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Objek penelitian dibatasi pada perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Periode pengamatan penelitian dibatasi pada tahun 2021-2024.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian :

1. mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub-sektor *food and beverege*.
2. mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub-sektor *food and beverege*.
3. mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub-sektor *food and beverage*?
4. mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja keuangan manufaktur sub-sektor *food and beverage*
5. mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan manufaktur sub-sector *food and beverage*
6. mengetahui kinerja keuangan dapat memediasi *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub-sektor *food and beverage*
7. mengetahui kinerja keuangan dapat memediasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub-sektor *food and beverage*.

Manfaat penelitian :

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pemahaman teoritis mengenai hubungan antara *intellectual capital* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian yang sama selanjutnya.

2. Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada intansi terkait *intellectual capital* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* dengan kinerja keuangan sebagai variabel mediasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan secara sistematis menyajikan gambaran penelitian secara garis besar guna menjadikan proses penulisan lebih jelas dan tersruktur. Berikut adalah sistematika penulisan yang akan diterapkan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang yang menjelaskan alasan pentingnya dilakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang dikaji, serta permasalahan nyata yang menjadi dasar penyusunan topik. Dalam bab ini juga dijelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan laporan penelitian secara keseluruhan. Pendahuluan menjadi fondasi awal yang menggambarkan arah dan ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori-teori yang relevan dengan topik penelitian. Di dalamnya terdapat kajian literatur yang membahas definisi dan konsep dari masing-masing variabel, hubungan antar variabel berdasarkan teori atau penelitian terdahulu, serta landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis. Bab ini juga menyertakan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang dirumuskan berdasarkan hubungan teoritis antara variabel independen dan dependen. Tinjauan pustaka ini penting untuk menunjukkan bahwa penelitian memiliki landasan ilmiah yang kuat.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, mulai dari pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, metode analisis data, serta operasionalisasi variabel. Metode penelitian merupakan bagian penting yang menggambarkan secara sistematis bagaimana penelitian dilaksanakan, agar dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan bisa direplikasi di masa mendatang. Penjabaran dalam bab ini mencakup aspek teknis dan prosedural dalam proses penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang diawali dengan deskripsi objek penelitian, dilanjutkan dengan analisis deskriptif masing-masing variabel penelitian, evaluasi kualitas model pengukuran, serta pengujian hipotesis. Pada bagian akhir, disajikan pembahasan mengenai pengaruh antarvariabel penelitian, baik secara langsung maupun melalui peran mediasi kinerja keuangan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan dari hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah yang telah diajukan. Selain itu, bab ini juga menyampaikan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, baik bagi perusahaan, peneliti selanjutnya, maupun akademisi. Terakhir, disampaikan juga keterbatasan dalam penelitian yang dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian di masa mendatang.