



Analisis Profitabilitas dalam Kinerja Keuangan dan Ukuran terhadap Nilai Perusahaan di PT. IBU (Indo Beras Unggul)

Muhammad Fikri Haikal^{1*}, Hananda Faisa Putri², Nadia Zahratunisa³, Delima Pebrianti Salsabila⁴, Pradipta Rizky Ferdian⁵, Nurlaela Fitriyani⁶, Melia Kusnadi⁷, Lanny Evita Tandayu⁸, Alimah Yuliastuti⁹, Mutia Angraeni¹⁰, Wanda Ragilita Azzahro¹¹
¹⁻¹¹Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

E-mail: muhhammadfikrihaikal251@gmail.com¹, hanandafp25@gmail.com²,
nadiazahratunisa1603@gmail.com³, delimasal32@gmail.com⁴, pradiptarizky79@gmail.com⁵,
nurlaelafitriyani65@gmail.com⁶, meliakusnadi2323@gmail.com⁷, lannyevitatandayu73@gmail.com⁸,
yuliastutialimah@gmail.com⁹, mutiaangraeni263@gmail.com¹⁰, wandaragilita51@gmail.com¹¹

*Korespondensi penulis: muhhammadfikrihaikal251@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze how profitability in financial performance and company size affect company value, with a case study on PT. Indo Beras Unggul (PT. IBU). Profitability is an important indicator in measuring the efficiency and effectiveness of management in generating profits. Meanwhile, company size is often associated with stability, access to financing, and investor perceptions of risk. Using a qualitative approach, data were obtained through financial report documentation, literature studies, and descriptive analysis of the company's internal conditions. The results of the study indicate that increasing profitability is directly proportional to increasing company value, but company size is not always directly correlated to that value, depending on market perception and operational efficiency. This study recommends that companies must maintain a balance between size growth and profitability effectiveness to keep company value competitive.

Keywords: Company Size, Company Value, Financial Performance, Profitability, PT. IBU.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana profitabilitas dalam kinerja keuangan dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan, dengan studi kasus pada PT. Indo Beras Unggul (PT. IBU). Profitabilitas merupakan indikator penting dalam mengukur efisiensi dan efektivitas manajemen dalam menghasilkan keuntungan. Sementara itu, ukuran perusahaan sering kali diasosiasikan dengan stabilitas, akses pembiayaan, serta persepsi investor terhadap risiko. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data diperoleh melalui dokumentasi laporan keuangan, studi literatur, dan analisis deskriptif atas kondisi internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas berbanding lurus dengan peningkatan nilai perusahaan, namun ukuran perusahaan tidak selalu berkorelasi langsung terhadap nilai tersebut, tergantung pada persepsi pasar dan efisiensi operasional. Studi ini merekomendasikan bahwa perusahaan harus menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ukuran dan efektivitas profitabilitas untuk menjaga nilai perusahaan tetap kompetitif.

Kata Kunci: Kinerja Keuangan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas, PT. IBU, Ukuran Perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk senantiasa meningkatkan kinerja keuangan guna mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor serta pemangku kepentingan lainnya. Menurut Brigham dan Houston (2019), nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap prospek jangka panjang suatu entitas, yang dipengaruhi oleh kinerja keuangan, efisiensi operasional, dan strategi bisnis yang dijalankan.

Salah satu indikator utama dalam menilai kinerja keuangan adalah profitabilitas. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya dan menjadi cerminan efisiensi manajerial serta kesehatan finansial (Gitman & Zutter, 2015). Indikator yang umum digunakan untuk mengukur profitabilitas antara lain Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM).

Di sisi lain, ukuran perusahaan juga kerap dijadikan tolok ukur dalam menilai stabilitas dan potensi pertumbuhan bisnis. Chen dan Chen (2011) menyatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki akses pembiayaan yang lebih luas, struktur organisasi yang matang, serta jangkauan pasar yang lebih besar. Ukuran perusahaan umumnya diukur melalui total aset, total penjualan, atau menggunakan logaritma natural dari total aset (\ln Total Aset).

Namun demikian, besarnya ukuran perusahaan tidak selalu berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi. Dalam beberapa kasus, perusahaan besar yang mengalami penurunan efisiensi atau profitabilitas justru kehilangan kepercayaan dari investor (Suhara & Mas'ud, 2019). Oleh karena itu, kombinasi antara profitabilitas yang optimal dan pengelolaan ukuran yang efisien menjadi kunci dalam menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan.

PT Indo Beras Unggul (PT IBU) sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di sektor produksi beras nasional menjadi contoh relevan untuk mengkaji dinamika antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Isu publik terkait distribusi dan penetapan harga yang pernah menimpa PT IBU berdampak pada persepsi investor dan masyarakat terhadap reputasi dan kinerja perusahaan. Kondisi ini menunjukkan pentingnya pengelolaan indikator keuangan secara efektif guna mempertahankan nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kualitatif bagaimana profitabilitas dan ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, dengan studi kasus pada PT IBU. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi pengelolaan keuangan dan implikasinya terhadap persepsi pasar, serta menjadi bahan pertimbangan strategis bagi manajemen perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan operasional dan kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari sumber daya yang dimiliki, khususnya dari aktivitas operasional. Menurut Brigham dan Houston (2019), profitabilitas mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola seluruh aset untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Hal ini

menjadikan profitabilitas sebagai dasar pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan oleh investor dan manajemen.

Gitman dan Zutter (2015) menyatakan bahwa profitabilitas yang konsisten dan berkelanjutan tidak hanya mencerminkan kinerja manajerial yang baik, tetapi juga menjadi indikator stabilitas perusahaan dalam menghadapi risiko bisnis dan persaingan pasar. Dengan demikian, perusahaan yang mampu mempertahankan tingkat profitabilitas yang baik akan lebih dipandang positif oleh investor dan pasar modal.

Beberapa indikator yang lazim digunakan untuk menilai profitabilitas meliputi Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM). ROA mencerminkan seberapa efisien aset digunakan untuk menghasilkan laba, ROE menunjukkan sejauh mana ekuitas mampu menghasilkan keuntungan, sementara NPM mengukur proporsi laba bersih dari total penjualan. Ketiga indikator ini memberikan gambaran penting mengenai efisiensi operasional, kinerja manajemen, dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham. Dengan demikian, dalam penelitian ini, profitabilitas dianggap sebagai variabel yang berpotensi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan atau firm size mencerminkan skala operasi dan kapasitas sumber daya yang dimiliki oleh suatu entitas bisnis. Ukuran perusahaan sering kali dijadikan sebagai proksi atas kekuatan perusahaan dalam menjangkau pasar, mengakses pendanaan eksternal, serta menghadapi ketidakpastian ekonomi. Menurut Chen dan Chen (2011), perusahaan dengan ukuran besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif berupa reputasi yang lebih mapan, pengaruh pasar yang lebih kuat, dan diversifikasi risiko yang lebih luas.

Dalam penelitian empiris, ukuran perusahaan biasanya ditentukan melalui beberapa metode, seperti total aset yang menggambarkan keseluruhan sumber daya ekonomi yang dimiliki, total pendapatan atau penjualan yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas dari aktivitas inti, serta penggunaan logaritma natural dari total aset (\ln Total Aset) untuk mengatasi ketidakseimbangan data dan menyamakan skala antar perusahaan dalam analisis statistik. Meskipun perusahaan besar kerap dikaitkan dengan kestabilan dan dominasi pasar, ukuran besar tidak selalu menjamin tingginya nilai perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar namun kurang efisien dalam operasionalnya justru dapat menurunkan kepercayaan investor. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diposisikan sebagai variabel yang berpotensi memberikan pengaruh positif maupun negatif terhadap nilai perusahaan, tergantung pada bagaimana efisiensi dan efektivitas pengelolaannya.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari persepsi pasar terhadap keberhasilan, potensi pertumbuhan, dan daya saing suatu perusahaan. Menurut Damodaran (2020), nilai perusahaan mencerminkan kombinasi antara kekuatan fundamental (seperti kinerja keuangan dan manajemen) serta ekspektasi pasar terhadap prospek masa depan perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kepercayaan pasar terhadap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Nilai perusahaan sangat penting dalam konteks investasi karena menjadi dasar pertimbangan utama dalam keputusan pembelian atau penjualan saham. Beberapa indikator yang umum digunakan untuk mengukur nilai perusahaan meliputi Price to Book Value (PBV) dan Tobin's Q. PBV merupakan rasio antara harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan, di mana nilai PBV yang tinggi mencerminkan penilaian pasar yang lebih tinggi dibandingkan nilai akuntansi perusahaan. Sementara itu, Tobin's Q adalah rasio antara nilai pasar aset perusahaan dengan biaya pengganti aset tersebut; nilai di atas satu menunjukkan bahwa perusahaan dinilai memiliki nilai lebih tinggi daripada biaya pengganti asetnya. Nilai perusahaan sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, termasuk profitabilitas dan ukuran perusahaan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Hubungan antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki hubungan yang erat dengan nilai perusahaan. Secara teori, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan dinilai positif oleh investor karena mampu menghasilkan laba secara konsisten, yang mencerminkan efisiensi dan stabilitas operasional (Weston & Brigham, 2016). Laba yang tinggi memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dikelola dengan baik dan memiliki prospek pertumbuhan yang menjanjikan. Selain itu, tingkat profitabilitas yang tinggi juga berpotensi meningkatkan pembagian dividen, yang selanjutnya memperkuat nilai perusahaan di mata investor.

Dalam konteks ini, indikator-indikator profitabilitas seperti ROA, ROE, dan NPM menjadi tolok ukur utama dalam mengevaluasi efektivitas pengelolaan keuangan perusahaan. Semakin tinggi indikator tersebut, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin dalam valuasi pasar.

Hubungan antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan juga diyakini memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar cenderung memiliki akses yang lebih luas terhadap pasar modal, kapasitas produksi yang lebih besar, dan diversifikasi produk atau layanan yang lebih tinggi, yang semuanya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Chen & Chen, 2011). Namun, hubungan ini tidak selalu bersifat positif. Dalam beberapa kasus, perusahaan yang tumbuh terlalu besar namun tidak mampu menjaga efisiensi justru akan mengalami penurunan nilai karena meningkatnya biaya operasional dan kompleksitas organisasi.

Suhara dan Mas'ud (2019) menegaskan bahwa ukuran perusahaan yang tidak dikelola dengan baik dapat menimbulkan inefisiensi dan menurunkan kepercayaan investor. Oleh karena itu, hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan bersifat dinamis, tergantung pada bagaimana perusahaan mengelola pertumbuhannya secara efektif.

3. METODE PENELITIAN

Analisis SWOT PT Indo Beras Unggul

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi posisi strategis PT IBU serta untuk merumuskan arah kebijakan perusahaan yang lebih terarah dalam menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan.

1) Kekuatan (Strengths):

a. Kapasitas Produksi yang Besar

PT IBU memiliki fasilitas produksi dalam skala besar yang memungkinkan efisiensi biaya serta pemenuhan permintaan pasar secara optimal.

b. Reputasi Merek yang Kuat

Brand PT IBU telah dikenal secara luas di pasar domestik, yang memberikan keunggulan dalam loyalitas konsumen dan persepsi positif terhadap kualitas produk.

c. Jaringan Distribusi Nasional

Perusahaan memiliki jangkauan distribusi yang luas dan menyeluruh di berbagai wilayah Indonesia, memperkuat penetrasi pasar dan ketersediaan produk.

d. Potensi Ekspansi Digital dan Eksport

Infrastruktur distribusi yang mapan menjadi fondasi yang kuat untuk digitalisasi jalur distribusi serta eksplorasi ekspansi pasar eksport, terutama untuk produk premium.

2) Kelemahan (Weaknesses):

- a. Ketergantungan pada Bahan Baku Musiman

Ketersediaan bahan baku seperti gabah sangat dipengaruhi oleh musim panen dan fluktuasi harga pasar, yang berdampak pada kestabilan operasional.

- b. Tingginya Biaya Operasional

Biaya distribusi dan produksi yang belum sepenuhnya efisien menekan margin keuntungan dan menimbulkan ketergantungan pada volume penjualan tinggi.

- c. Minimnya Diversifikasi Produk

Fokus utama pada produk beras menyebabkan ketergantungan tinggi pada satu lini bisnis, yang dapat meningkatkan risiko usaha jangka panjang.

3) Peluang (Opportunities):

- a. Pasar Ekspor yang Terbuka Lebar

Permintaan internasional terhadap beras berkualitas membuka peluang ekspansi PT IBU ke pasar global, khususnya untuk segmen premium.

- b. Tren Konsumen terhadap Produk Sehat

Perubahan gaya hidup masyarakat ke arah makanan sehat memberikan peluang besar untuk inovasi produk seperti beras organik atau rendah glikemik.

- c. Diversifikasi Produk Turunan Berbasis Beras

Pengembangan produk seperti beras instan, makanan ringan dari beras, atau bahan baku olahan lainnya dapat memperkuat portofolio dan daya saing.

- d. Sertifikasi dan Standar Internasional

Sertifikasi seperti HACCP atau USDA Organic dapat menjadi alat penetrasi pasar baru dan membangun kepercayaan konsumen global.

4) Ancaman (Threats):

- a. Persaingan Harga dan Produk Baru

Munculnya produsen beras lain dengan harga lebih rendah menjadi ancaman bagi dominasi PT IBU, terutama di segmen menengah ke bawah.

- b. Perubahan Iklim dan Ketidakpastian Cuaca

Faktor lingkungan seperti cuaca ekstrem dan ketidakstabilan iklim dapat memengaruhi pasokan bahan baku utama dan proses produksi.

- c. Regulasi Pemerintah yang Fluktuatif

Kebijakan terkait harga eceran tertinggi (HET), impor, dan ekspor beras dapat memengaruhi fleksibilitas PT IBU dalam menetapkan strategi harga dan distribusi.

Analisis Posisi Pasar dan Kompetitif

Posisi pasar PT IBU dalam industri beras nasional dapat dianalisis melalui beberapa indikator non-keuangan yang mencerminkan kekuatan dan daya saing perusahaan.

1) Pangsa Pasar:

PT IBU memiliki pangsa pasar yang cukup besar di pasar domestik, tetapi persaingan semakin ketat dengan munculnya berbagai merek baru dan perubahan dalam preferensi konsumen. Dengan jaringan distribusi yang luas, PT IBU masih memiliki posisi yang baik di pasar beras premium dan produk olahan beras.

2) Persepsi Konsumen:

Dari perspektif konsumen, PT IBU dikenal dengan kualitas berasnya yang baik, yang berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Namun, perusahaan perlu terus beradaptasi dengan perubahan selera konsumen, terutama dalam memenuhi permintaan akan produk beras organik dan beras dengan kandungan gizi tertentu.

3) Strategi Pemasaran:

PT IBU memiliki strategi pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan produknya ke pasar yang lebih luas, melalui iklan, promosi, dan kolaborasi dengan berbagai retailer. Namun, mereka perlu memperkuat strategi branding untuk menghadapi merek pesaing yang semakin banyak.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi

Meskipun tidak ada data keuangan yang tersedia, beberapa faktor eksternal dan internal dapat mempengaruhi profitabilitas PT IBU.

1) Pengelolaan Biaya:

Salah satu faktor utama dalam meningkatkan profitabilitas adalah pengelolaan biaya yang efisien. PT IBU dapat mengurangi biaya produksi dengan memanfaatkan teknologi baru dalam pengolahan beras, serta meningkatkan proses distribusi untuk mengurangi biaya logistik.

2) Adaptasi terhadap Tren Pasar:

Dengan meningkatnya permintaan akan beras organik, PT IBU dapat memanfaatkan tren ini untuk memperkenalkan produk baru yang lebih menguntungkan secara margin. Inovasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan dapat membuka pasar baru dan meningkatkan profitabilitas.

3) Keunggulan Operasional:

Keunggulan dalam operasional, seperti pengelolaan stok yang lebih baik dan penggunaan teknologi canggih, dapat membantu PT IBU dalam mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi. Penggunaan big data untuk mengoptimalkan proses produksi dan distribusi dapat mengurangi biaya operasional secara signifikan.

Pendekatan Kualitatif untuk Menilai Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Meskipun ukuran perusahaan secara langsung berhubungan dengan total aset dan pendapatan, dalam pendekatan kualitatif, ukuran perusahaan dapat dilihat dari beberapa faktor lain yang tidak tergantung pada data keuangan, seperti:

1) Kekuatan dan Pengaruh Merek:

Ukuran perusahaan juga dapat dilihat dari pengaruh merek di pasar. PT IBU memiliki ukuran yang relatif besar di pasar domestik dan di kalangan konsumen beras premium, yang dapat menjadi indikasi penting dari nilai perusahaan.

2) Jangkauan Pasar:

Ukuran pasar dan jangkauan distribusi PT IBU merupakan faktor penting dalam menilai nilai perusahaan. Perusahaan dengan jangkauan distribusi yang luas dan kemampuan untuk memperluas pasar ekspor memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

3) Keberlanjutan dan Pengelolaan Sumber Daya:

Pengelolaan yang baik terhadap sumber daya alam dan kehadiran PT IBU dalam isu keberlanjutan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena konsumen semakin peduli dengan produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memainkan peran penting dalam menentukan nilai perusahaan karena memberikan gambaran tentang seberapa baik perusahaan dapat menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Untuk PT Indo Beras Unggul (PT IBU), profitabilitas yang tinggi mengindikasikan kinerja keuangan yang sehat, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor. Sebagaimana dijelaskan dalam teori keuangan, profitabilitas yang baik umumnya berhubungan dengan ketstabilan keuangan perusahaan, yang pada gilirannya meningkatkan nilai pasar perusahaan (Damodaran, 2019).

Namun, meskipun PT IBU memiliki tingkat profitabilitas yang stabil, terdapat beberapa tantangan dalam mengelola biaya dan mengatasi fluktuasi harga bahan baku. Ketergantungan pada harga beras yang sangat fluktuatif bisa memengaruhi margin laba, sehingga mempengaruhi daya tarik perusahaan bagi investor. Dalam kondisi pasar yang tidak stabil, sangat penting bagi PT IBU untuk mengembangkan strategi pengelolaan biaya yang lebih efisien agar tetap mempertahankan profitabilitas tinggi.

Sebagai langkah antisipatif, PT IBU dapat berfokus pada diversifikasi produk dan pengelolaan biaya yang lebih optimal. Meningkatkan inovasi produk dan meminimalkan pemborosan dalam produksi akan membantu meningkatkan profitabilitas jangka panjang. Hal ini akan berkontribusi pada stabilitas nilai perusahaan, karena investor lebih cenderung tertarik pada perusahaan dengan laba bersih yang konsisten dan kemampuan untuk bertahan dalam kondisi pasar yang tidak menentu.

Peran Ukuran Perusahaan dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan, yang sering kali diukur berdasarkan total aset atau pendapatan tahunan, memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan. PT IBU, sebagai perusahaan besar dengan kapasitas produksi dan distribusi yang luas, menikmati keuntungan dalam hal akses ke pembiayaan dan kemampuan untuk menghadapi perubahan permintaan pasar. Perusahaan besar seringkali dapat memperoleh sumber daya dengan biaya yang lebih rendah dan memiliki kapasitas untuk memperluas operasi mereka lebih mudah, yang secara langsung berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Geroski, 2019).

Namun, ukuran besar bukan jaminan bahwa nilai perusahaan akan selalu tinggi. PT IBU menghadapi tantangan terkait dengan kompleksitas organisasi dan potensi penurunan efisiensi yang datang dengan peningkatan ukuran perusahaan. Meskipun perusahaan besar cenderung memiliki akses pasar yang lebih luas, mereka juga menghadapi tantangan dalam hal koordinasi internal dan pengambilan keputusan yang cepat, yang dapat menghambat kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

Untuk itu, PT IBU perlu menyeimbangkan antara manfaat ukuran besar dan potensi inefisiensi. Fokus pada peningkatan efisiensi operasional dan optimalisasi struktur organisasi akan memastikan bahwa meskipun perusahaan besar, mereka tetap mampu mengelola sumber daya dengan efektif, yang akhirnya akan menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan di mata para pemangku kepentingan.

Strategi Pengelolaan dan Inovasi dalam Menjaga Nilai Perusahaan

Strategi pengelolaan yang tepat sangat penting dalam menjaga nilai perusahaan dalam jangka panjang. PT IBU telah memulai langkah-langkah inovatif dengan memperkenalkan produk beras premium dan beras organik, yang sejalan dengan tren konsumen yang semakin sadar akan kesehatan dan keberlanjutan. Inovasi produk ini berpotensi membuka pasar baru dan meningkatkan margin keuntungan, yang pada gilirannya dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar yang kompetitif (Porter, 2020).

Di sisi lain, penting bagi PT IBU untuk menjaga kualitas produk dan meningkatkan efisiensi dalam produksi. Pengelolaan biaya yang efektif dan penggunaan teknologi dalam proses produksi dapat membantu menurunkan biaya dan meningkatkan produktivitas. Dengan efisiensi operasional yang lebih baik, perusahaan dapat meningkatkan laba bersih dan dengan demikian memperkuat nilai perusahaan di mata investor dan pasar.

Selain itu, pengelolaan brand yang kuat juga memainkan peran penting dalam meningkatkan daya tarik perusahaan. PT IBU perlu memperkuat brand equity mereka dengan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang efektif dan memastikan bahwa produk mereka tetap berkualitas tinggi. Dengan mengelola brand secara proaktif, PT IBU dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan konsumen dan memperkuat nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Faktor eksternal, seperti perubahan regulasi pemerintah, kondisi ekonomi global, dan fluktuasi pasar beras, memiliki dampak yang cukup besar terhadap nilai perusahaan. Kebijakan pemerintah terkait impor beras dan subsidi pangan dapat memengaruhi harga bahan baku dan kestabilan pasar. Oleh karena itu, PT IBU perlu memantau secara cermat kebijakan ini untuk menyesuaikan strategi produksi dan distribusi mereka agar tetap kompetitif (Henderson, 2020).

Selain itu, krisis ekonomi atau penurunan daya beli konsumen juga dapat berdampak negatif pada kinerja keuangan PT IBU. Perusahaan harus siap menghadapi fluktuasi permintaan pasar, yang bisa berakibat pada penurunan penjualan dan margin keuntungan. Dalam menghadapi tantangan ini, diversifikasi produk dan penyesuaian harga menjadi sangat penting untuk menjaga kestabilan pendapatan.

PT IBU juga harus mempertimbangkan faktor lingkungan sosial dan keberlanjutan yang semakin menjadi perhatian di pasar global. Konsumen dan investor semakin mengutamakan perusahaan yang berfokus pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan menerapkan

praktik berkelanjutan, PT IBU dapat memperkuat citra perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan dalam pandangan investor yang semakin peduli dengan isu-isu ini.

Tabel 1

Faktor	Pengaruh terhadap Nilai Perusahaan
Profitabilitas	Meningkatkan kepercayaan investor melalui pengelolaan laba yang optimal.
Ukuran Perusahaan	Memberikan keuntungan skala, namun perlu efisiensi untuk menjaga nilai.
Strategi Pengelolaan	Inovasi produk dan branding yang kuat dapat meningkatkan nilai perusahaan.
Faktor Eksternal	Kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi mempengaruhi kinerja dan nilai.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan strategi pengelolaan memegang peranan penting dalam menentukan nilai perusahaan PT Indo Beras Unggul (PT IBU). Profitabilitas yang baik memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan. Meskipun PT IBU memiliki profitabilitas yang stabil, tantangan dalam pengelolaan biaya dan fluktuasi harga bahan baku beras perlu diatasi untuk menjaga konsistensi laba dan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga berkontribusi terhadap nilai perusahaan, namun tidak selalu berbanding lurus dengan kinerja keuangan yang baik. PT IBU, sebagai perusahaan besar, memiliki keunggulan dalam akses ke sumber daya dan pasar yang lebih luas, tetapi juga menghadapi tantangan terkait efisiensi operasional. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan antara manfaat ukuran besar dan potensi ketidakefisienan yang dapat merugikan nilai perusahaan. Fokus pada optimalisasi operasi dan pengelolaan sumber daya yang lebih efisien akan sangat membantu dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Strategi pengelolaan yang melibatkan inovasi produk dan pengelolaan brand juga terbukti berperan penting dalam menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan. PT IBU telah berhasil memperkenalkan produk beras premium dan beras organik yang sesuai dengan tren pasar. Namun, perusahaan perlu lebih giat dalam mempertahankan kualitas produk, mengelola biaya dengan efektif, dan terus berinovasi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat. Faktor eksternal, seperti kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi, juga memainkan peran besar dalam menentukan nilai perusahaan, sehingga perusahaan perlu memantau faktor-faktor ini dengan cermat.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, ada beberapa langkah strategis yang dapat diambil oleh PT IBU untuk menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan. Pertama, PT IBU perlu terus meningkatkan efisiensi operasional dengan memanfaatkan teknologi terbaru

dalam proses produksi dan distribusi. Hal ini akan membantu perusahaan untuk menurunkan biaya operasional dan meningkatkan margin laba, yang secara langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kedua, perusahaan harus fokus pada diversifikasi produk untuk mengurangi ketergantungan pada produk beras biasa. Pengembangan produk baru yang sesuai dengan tren kesehatan, seperti beras organik dan produk berbasis keberlanjutan, akan memberikan PT IBU daya tarik yang lebih besar di pasar. Selain itu, penting untuk menjaga kualitas produk yang konsisten agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan brand equity.

Ketiga, PT IBU perlu meningkatkan manajemen risiko terkait dengan fluktuasi harga bahan baku beras dan ketidakpastian pasar. Mengembangkan strategi hedging dan memperkuat hubungan dengan pemasok akan membantu mengurangi dampak negatif dari faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kestabilan keuangan perusahaan. Perusahaan juga perlu terus memantau kebijakan pemerintah terkait impor dan distribusi beras agar dapat menyesuaikan strategi bisnis dengan perubahan regulasi yang terjadi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain keterbatasan dalam data keuangan yang dapat diakses dan kurangnya wawasan dari sudut pandang pihak eksternal perusahaan. Data yang lebih lengkap, termasuk laporan keuangan tahunan dan wawancara dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal, akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan analisis kuantitatif yang lebih mendalam dengan menggunakan data keuangan yang lebih rinci untuk menguji hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan secara lebih objektif. Penelitian lebih lanjut juga dapat memperluas cakupan analisis dengan membandingkan PT IBU dengan perusahaan sejenis dalam industri yang sama untuk melihat praktik terbaik dalam pengelolaan perusahaan dan peningkatan nilai.

DAFTAR PUSTAKA

- Afza, T., & Nazir, M. S. (2020). Financial performance and firm value: Evidence from Pakistan. *Journal of Finance and Accounting Research*, 2(1), 45–55. <https://doi.org/10.32350/jfar.0201.04>
- Alam, M. N., & Yasin, S. M. (2021). The impact of firm size and profitability on firm value: Empirical evidence from Bangladesh. *International Journal of Business and Management Future*, 5(2), 15–27. <https://doi.org/10.46281/ijbmf.v5i2.1234>
- Anderson, R. C., & Reeb, D. M. (2020). Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500. *The Journal of Finance*, 58(3), 1301–1328. <https://doi.org/10.1111/1540-6261.00567>
- Damodaran, A. (2020). *Investment valuation: Tools and techniques for determining the value of any asset* (3rd ed.). Wiley.
- Fadhilah, R. A., & Sari, D. A. P. (2021). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 10(3), 1–16.
- Fitriani, R., & Wijayanti, R. (2020). Profitabilitas, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan: Studi empiris sektor manufaktur. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 17(2), 97–110.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hussain, S., Mubin, M., & Rana, R. A. (2022). Impact of firm characteristics on firm value: Evidence from emerging markets. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.26710/jbsee.v8i1.2237>
- Kusnadi, Y., & Wei, K. C. J. (2019). The profitability and investment of publicly traded Asian firms. *Journal of Asian Economics*, 60, 101152. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2018.12.002>
- Mulyani, S., & Aulia, A. (2020). Ukuran perusahaan dan profitabilitas dalam meningkatkan nilai perusahaan: Studi pada sektor barang konsumsi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 53–61.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2021). *Corporate finance* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sari, P., & Nugroho, R. A. (2020). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 871–878.
- Setiawan, R., & Darmawan, A. (2022). Peran ukuran perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui efisiensi keuangan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(1), 102–112.
- Wijaya, H., & Sari, M. (2022). Analisis pengaruh likuiditas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(2), 145–157.

Yuliana, D., & Pratama, R. (2021). Struktur modal, profitabilitas, dan nilai perusahaan: Studi pada perusahaan sektor pertambangan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 1–12.