

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seperjalanan waktu akan berpengaruh terhadap berkembangnya berbagai sektor, salah satu dari berbagai macam sektor tersebut adalah sektor industri. Hal tersebut juga berdampak pada dunia bisnis yang ada di Indonesia. Sesuai dengan yang kita tau jumlah dan variasi industri semakin bertambah karena perusahaan semakin tumbuh dan berkembang. Persaingan yang semakin meningkat dan menjamur menuntut perusahaan untuk berinovasi dan lebih kreatif, lebih unggul, serta mempunyai ciri khas dibanding perusahaan lain. Untuk mencapai hal tersebut memerlukan strategi yang tidak hanya membuat perusahaan tetap bertahan, tetapi diperlukan juga strategi yang dapat menjadikan perusahaan memenangkan kompetisi antar bisnis yang semakin ketat.

Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai penyelenggara bursa menjadi tempat berinvestasi saham di Indonesia. Keterbatasan sumber daya perusahaan serta keterbatasan akses kepada perbankan untuk mendapatkan dana tambahan merupakan masalah yang dihadapi banyak perusahaan, hal tersebut dapat diatasi melalui pergantian status perusahaan dari perusahaan tertutup menjadi perusahaan terbuka melalui penawaran saham perusahaan kepada publik (*Go Public*) dan mencatatkan saham perusahaan di PT Bursa Efek Indonesia (Perusahaan Tercatat). Manfaat yang diperoleh perusahaan terbuka selain sumber pendanaan antara lain memberikan keunggulan kompetitif untuk pengembangan usaha, melakukan penggabungan melalui penerbitan saham

baru, memperoleh kemampuan dan lebih tangguh untuk tetap bertahan dalam suatu kondisi yang berpotensi menjadikan perusahaan bangkrut, meningkatkan citra dan nilai perusahaan yang akan memberikan dampak positif terhadap perusahaan secara keseluruhan.

Perseroan sektor manufaktur yang telah terdaftar di BEI terbagi dalam tiga jenis, diantaranya adalah sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor industri dasar dan kimia. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi meliputi beberapa subsektor yaitu subsektor barang keperluan rumah tangga, kosmetik, rokok, farmasi, minuman dan makanan serta subsektor instrumen rumah tangga. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwasanya sektor industri barang konsumsi adalah sektor yang berkaitan dengan kehidupan operasional manusia sehari-hari. Karena itu sektor ini menjadi yang banyak diminati atau banyak dipakai dan kemudian akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang ada dalam sektor tersebut.

Dapat diketahui bahwa di Indonesia subsektor industri kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki tingkat kompetisi bersaing yang tinggi. Saat ini, banyak perusahaan yang baru lahir di industri kosmetik baik dari luar maupun dalam negeri sehingga menyebabkan terjadinya persaingan pasar yang begitu ketat. Terdapat tujuh perusahaan yang telah bergabung dengan Bursa Efek Indonesia pada Subsektor ini, yaitu PT. Mustika Ratu Tbk kode saham MRAT, PT. Martina Berto Tbk kode saham MBTO, PT. Akasha Wira International Tbk kode saham ADES, PT. Kino Indonesia Tbk kode saham KINO, PT. Unilever Indonesia Tbk kode saham UNVR, PT. Mandom Indonesia Tbk kode saham TCID, dan yang terakhir PT Cottonindo Ariesta Tbk dengan kode saham KPAS yang mulai menjual sebagian sahamnya di tahun 2018.

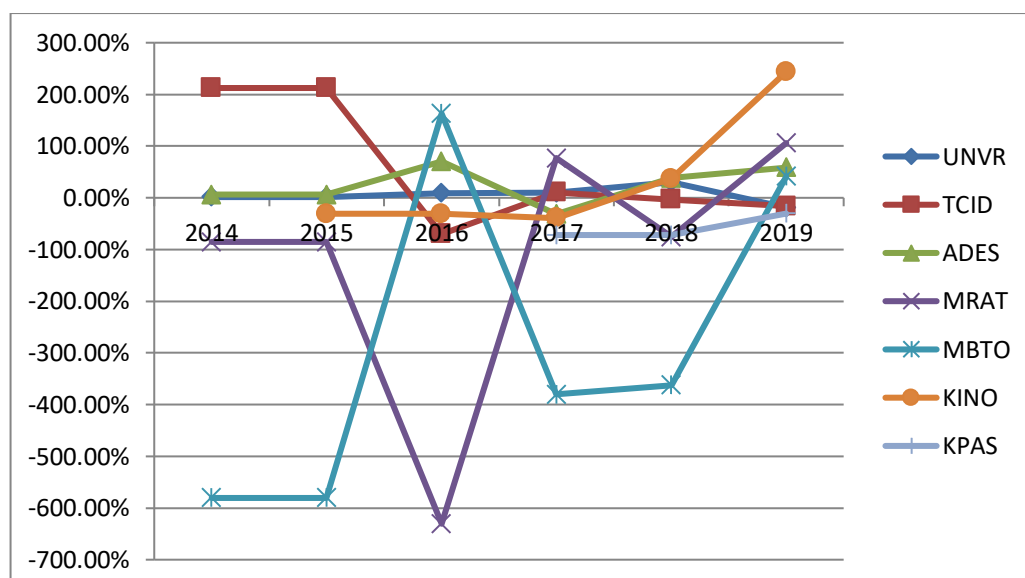
Terdapat 5 jenis laporan keuangan suatu perusahaan yaitu catatan atas laporan keuangan, laporan arus kas, neraca, dan laporan perubahan modal yang berperan penting untuk pengambilan keputusan karena di dalamnya memuat informasi kondisi perusahaan yang. Ada berbagai pihak seperti Kreditor, karyawan, pelanggan, pemerintah, serta investor yang membutuhkan informasi dari laporan keuangan untuk memenuhi beberapa informasi berbeda yang mereka butuhkan. Sebelum menganalisis data keuangan perusahaan, seorang investor memerlukan analisis laporan keuangan dengan tujuan menciptakan kebijakan atau suatu rencana sebagai pedoman dalam kegiatan penanaman modalnya. Di dalam laporan keuangan memuat ringkasan akhir dari kegiatan yang bersifat akuntansi pada perseroan yang bersangkutan di suatu periode tertentu sehingga menggambarkan bagaimana kondisi finansial perusahaan.

Setiap berdirinya perusahaan tentu memiliki tujuan berbeda-beda, namun pada umumnya tujuan perusahaan yang paling utama adalah mendapatkan laba maksimal, mengejar perkembangan demi kelancaran perusahaan serta mencapai target keberhasilan yang diinginkan. Sebagian besar masyarakat telah menggunakan dan bahkan mengenal setiap produk yang dihasilkan perusahaan barang keperluan rumah tangga dan kosmetik yang telah tercantum dalam daftar Bursa Efek Indonesia, bahkan mungkin hanya sedikit yang masih merasa asing mendengar nama-nama perusahaan tersebut. Jika dilihat dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa persaingan yang terjadi antar perusahaan subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga sangatlah kuat untuk menghasilkan laba tertinggi.

Perusahaan yang memberikan keuntungan di masa mendatang bisa dianggap merupakan perusahaan yang prospektif. Selain itu, dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang berkinerja baik sangat menguntungkan. Khususnya

dalam dunia investasi, ketika kinerja perusahaan tinggi atau menguntungkan dan semakin tinggi juga profit yang diekspektasikan dapat diartikan bahwa semakin baik kinerjanya. Kepastian adanya pertumbuhan profit tidak bisa dipastikan dan diperkirakan, karena hal tersebut jadi dibutuhkananya alat untuk memperkirakan pertumbuhan laba. Kenaikan dividen mempengaruhi keputusan investasi para investor dan calon investor yang melakukan penanaman modal di perusahaan, serta investor yang memberikan pinjaman kepada perusahaan.

Pertumbuhan laba menurut Harahap(Napitupulu, 2019) adalah rasio keuangan mencerminkan sejauh mana suatu efisiensi perusahaan dalam upayanya memperbanyak laba bersih dibandingkan dengan laba bersih tahun sebelumnya. Pertumbuhan pendapatan adalah selisih antara profit bersih tahun sebelumnya dan profit tahun sebelumnya dibagi tahun sebelumnya.



Gambar 1. 1 Pertumbuhan Laba Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Periode Tahun 2014-2019

Sumber: Bursa Efek Indonesia,2020

Berdasarkan Gambar 1.1 ,menunjukkan perkembangan pertumbuhan laba pada perusahaan Unilever dengan kode saham UNVR mengalami kenaikan

pertumbuhan laba antara tahun 2014 sampai tahun 2018 dan pada tahun 2019 UNVR mengalami penurunan pertumbuhan laba sebesar 18,84% dari laba sebelumnya. Menurut sumber lain (Prima, 2020) berdasarkan laporan keuangan, penurunan laba yang terjadi disebabkan oleh penghasilan lain-lain yang menurun dari Rp 2,82 triliun hanya menjadi Rp 3,08 miliar. Sedangkan, UNVR juga terlihat menaikkan biaya pemasaran dari Rp 7,68 triliun menjadi Rp 8,05 triliun. Persentase pertumbuhan laba pada PT.Mandom Indonesia dengan kode saham TCID mengalami kenaikan pertumbuhan laba pada tahun 2015, hal ini dikarenakan laba melonjak naik sebesar 212,35% dibandingkan dengan laba sebelumnya dan kemudian turun hingga 70,24% pada periode tahun 2016 dikarenakan laba yang lebih kecil dari periode sebelumnya. Kemudian pada PT. Akasha Wira International Tbk dengan kode saham ADES mendapati bahwa kinerja keuangan perusahaannya mengalami fluktuasi pada tahun 2015 (5,86%), tahun 2016 (70,38%), tahun 2017 (-31,65%), tahun 2018 (38,48%), dan tahun 2019 (58,40%). Perusahaan Mustika Ratu dengan kode saham MRAT juga mengalami fluktuasi pada persentase pertumbuhan laba, Perusahaan ini mengalami kerugian pada beberapa periode yaitu pada tahun 2016 (Rp.5.549.465.678), tahun 2017 (Rp.1.283.332.109), dan tahun 2018 (Rp.2.256.476.497). Pada tahun 2016 persentase pertumbuhan laba perusahaan ini sangat menurun hingga mencapai 630,50% dari laba pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba yang sangat menurun pada perusahaan Martina Berto dengan kode saham MBTO dikarenakan perusahaan tersebut awalnya memperoleh laba pada tahun 2014 sebesar Rp.2.925.000.000 kemudian di tahun 2015 mengalami rugi sebesar 14 miliar rupiah. Pada PT Kino Indonesia Tbk dengan kode saham KINO mengalami pertumbuhan laba di tahun 2018 sejumlah Rp.150.116.000.000 dan Rp.515.603.000.000 pada tahun 2019 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan laba mengalami kenaikan

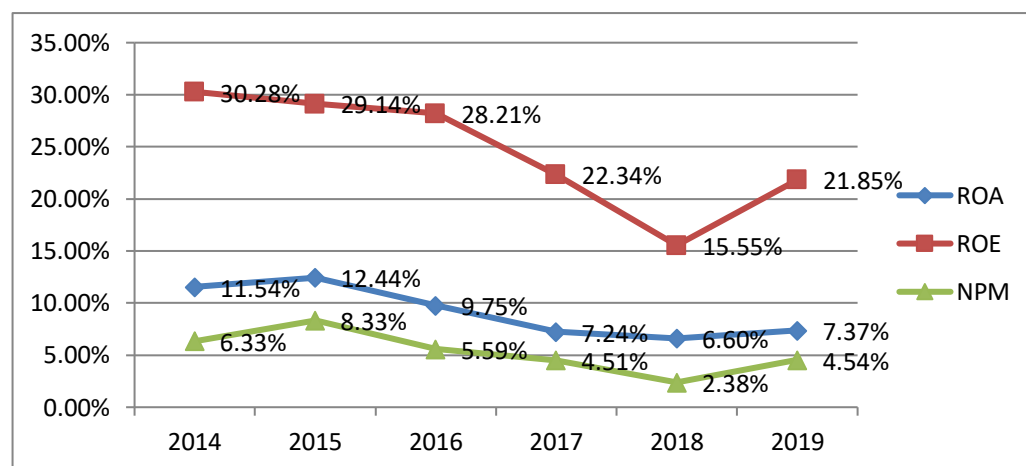
sebesar 243,47% dari laba tahun sebelumnya. Pertumbuhan laba pada perusahaan PT Cottonindo Ariesta Tbk yang mulai menjual sebagian sahamnya kepada publik pada tahun 2017 dengan kode saham KPAS, mengalami penurunan laba dari tahun ke tahun.

Dikutip bahwa Kasmir (Pujiati & Ratna, 2015) mengatakan bahwa profitabilitas merupakan suatu perusahaan dapat diukur kemampuannya dalam mencari keuntungan yang tercermin dari profit yang didapat perusahaan berdasarkan pendapatan investasi serta penjualan. Profitabilitas sendiri dapat digunakan sebagai indikator dalam menilai suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas yang tinggi memiliki arti bahwa dapat mengelola kekayaan perusahaan secara tepat, efektif dan efisien. Besar atau kecilnya nilai profitabilitas yang dimiliki akan memberikan dampak secara langsung terhadap perusahaan. Calon investor akan melihat seberapa besar profitabilitas perusahaan tersebut sebelum menentukan keputusan akhir apakah akan tetap melanjutkan penanaman modalnya ke perusahaan tersebut atau tidak.

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *NPM* atau *Net Profit Margin*, *ROE* atau *Return On Equity*, dan *ROA* atau *Return On Assets*. *ROA* menurut Tandililin (Sari, 2018) menjadi rasio yang dipakai guna menentukan mampu tidaknya suatu perusahaan untuk mendapat profit (penghasilan) untuk perusahaannya melalui aset yang dimilikinya. Variabel lain pada studi berikut selain *ROA* ada juga variabel *ROE* dapat diartikan sebagai laporan yang memperlihatkan bahwa perusahaan mampu untuk memperoleh laba setelah menggunakan modal operasinya. Hubungan berikut penting artinya untuk pihak yang memegang saham demi menentukan efisiensi sekaligus efektifitas perusahaan dalam upaya mengelola usaha dan pengelolaan modal (Lestari & Suryono, 2016). Dalam hal membandingkan dua ataupun lebih

perusahaan di industri yang serupa sering menggunakan rasio yang akan dijelaskan berikutnya yaitu faktor selanjutnya yang merupakan NPM sebagai rasio yang memperlihatkan besaran persentase keuntungan yang didapat dari aktivitas perdagangan. Pada tingkatan penjualan mungkin ditemukan dan dapat dilihat bahwa ukuran perusahaan menghasilkan produktifitas dalam hal daya produksi yang tinggi sehingga penjualan menjadi hal yang sangat krusial jika dianggap menjadi faktor yang salah satunya digunakan guna mengukur produktifitas tersebut. Perusahaan dapat menekan dan bahkan mengurangi lebih banyak biaya operasi yang telah dikeluarkan oleh perusahaan sehingga lebih efisien dan dapat meningkatkan laba untuk perusahaan jika angka rasio profitabilitas semakin tinggi. (Usmar, 2015).

Di sini, peneliti menyajikan rata-rata pertumbuhan pendapatan perusahaan kecil di barang-barang rumah tangga dan kosmetik yang tercantum dalam daftar BEI mulai tahun 2014 hingga 2019.:



Gambar 1. 2 Rata-rata Rasio Profitabilitas Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Periode Tahun 2014-2019

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2020

Data grafik pada gambar 1.2 merupakan salah satu contoh fenomena dari salah satu data yang terjadi. Dapat dilihat pergerakan rata-rata pertumbuhan Rasio Profitabilitas perusahaan (ROA, ROE, dan NPM) subsektor kebutuhan rumah tangga serta kosmetik yang tercantum dalam daftar BEI mengalami fluktuatif dari tahun 2014-2019 bersamaan dengan pertumbuhan labanya yang mengalami fluktuatif.

Rata-rata pertumbuhan ROA perusahaan mengalami kenaikan ditahun 2015 kemudian menurun sampai dengan tahun 2019. ROA yang tinggi dapat diartikan bahwa industri ini dapat menghasilkan keuntungan sebanding dengan asset yang relatif tinggi. Nilai ROA perusahaan yang tinggi lebih disukai oleh Investor jika dibandingkan dengan perusahaan yang punya ROA rendah, sebab memperlihatkan kinerja yang semakin baik dan dapat menghasilkan tingkat laba lebih besar. Jika rasio ROE tinggi, maka dapat diartikan bahwa akan lebih efisien menggunakan modalnya untuk menjalankan bisnis. Kemudian pada grafik diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2018 adalah titik paling rendah rata-rata ROE perusahaan sebesar 15,55% sedangkan titik maksimum berada pada tahun 2015 yaitu sebesar 24,97%. Selanjutnya rata-rata pertumbuhan NPM perusahaan dengan titik maksimal berada pada tahun 2015 dengan persentase rata-rata NPM perusahaan sebesar 7,14% dan paling rendah yang berada pada tahun 2018 yaitu sebesar 2,38%. Dalam hal ini, rasio *Net Profit Margin* suatu perusahaan memiliki makna semakin tinggi rasio NPM maka akan mendapat perhatian yang lebih dari investor karena tingkat dan pertumbuhan penjualan yang tinggi dianggap sebagai perihai yang sangat penting. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti Rasio Profitabilitas yang meliputi ROA, NPM, dan ROE apakah mempengaruhi Pertumbuhan Laba.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mencapai output ROA, ROE dan NPM, serta memaksimalkan keuntungan dari gelar akademik berjudul **“Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2019”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang sudah dijabarkan pada latar belakang, dengan begitu persoalan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ROA, ROE dan NPM punya pengaruh secara parsial pada pertumbuhan laba pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang tercantum dalam daftar Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2019?
2. Apakah ROA, ROE dan NPM punya pengaruh secara simultan pada pertumbuhan profit di Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang tercantum dalam daftar Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan terhadap Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang tercantum dalam daftar Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2019 berikut mempunyai tujuan yakni :

1. Guna mengidentifikasi pengaruh ROA, NPM, dan ROE secara parsial pada pertumbuhan laba Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang tercantum dalam daftar Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2019.

2. Guna mengidentifikasi pengaruh ROA, ROE dan NPM secara simultan pada pertumbuhan laba pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang tercantum dalam daftar Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2019.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharap mampu memberi manfaat yaitu :

1. Aspek akademis

Aspek akademis menunjukkan manfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dari penelitian baik bagi perguruan tinggi dan para akademisi khususnya di STIE Mahardhika dan kampus-kampus lain pada umumnya dengan harapan dapat digunakan untuk referensi dan salah satu sumber penelitian berikutnya.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Pengembangan ilmu pengetahuan merupakan manfaat yang ditujukan bagi semua orang yang membutuhkan ilmu di bidang penelitian akuntansi berbasis pasar modal dan bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan rasio profitabilitas terhadap pertumbuhan laba dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.

3. Aspek praktis

Aspek praktis menunjukkan manfaat penelitian ini bagi obyek penelitian, dalam hal ini Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang tercantum dalam daftar Bursa Efek Indonesia pada periode 2014-2019 yang bertindak sebagai obyek yang diteliti. Setelah diketahui apakah rasio profitabilitas punya pengaruh pada pertumbuhan profit, diharapkan hasil studi berikut bisa dijadikan sebagai masukan kepada perusahaan mengenai perihal yang dapat meningkatkan laba

perusahaan. Dan bagi investor, diharapkan hasil studi berikut bisa dipakai menjadi dasar pertimbangan untuk melakukan investasi di perusahaan yang terdaftar di BEI. Dimana para investor mempunyai dasar pondasi serta perencanaan yang pasti dalam berinvestasi dengan melihat kondisi rasio keuangan perusahaan terdahulu maupun saat ini.