

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada setiap perusahaan, hal dasar dalam aktivitas operasional adalah bidang manajemen keuangan. Tujuan manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai dan laba perusahaan. Apabila nilai perusahaan meningkat, maka para pemegang saham semakin sejahtera. Dalam berinvestasi, industri yang banyak diminati investor adalah industri manufaktur. Salah satu industri yang sedang mengalami pertumbuhan adalah industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.

Perusahaan manufaktur Indonesia di era globalisasi berupaya menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya rendah untuk meningkatkan daya saingnya di pasar domestik dan internasional. Perekonomian yang berkembang saat ini, jika dikaitkan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi, akan menciptakan produk-produk baru bagi dunia usaha. Banyak perusahaan memproduksi produk serupa dengan merek berbeda, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat.

Saat ini, kebutuhan masyarakat terhadap produk kecantikan dan perawatan tubuh semakin meningkat. Seiring berjalannya waktu, produk kecantikan dan perawatan tubuh bukan lagi sekedar keinginan melainkan sudah menjadi kebutuhan yang esensial terutama bagi para wanita.

Dengan meningkatnya permintaan akan produk kecantikan dan perawatan pribadi, perusahaan-perusahaan di sektor kosmetik dan barang

keperluan rumah tangga berlomba-lomba menciptakan berbagai kategori produk dan merek untuk memaksimalkan keuntungan.

Kosmetik merupakan kebutuhan penting masyarakat saat ini karena masyarakat membutuhkan kosmetik untuk menunjang penampilan dan barang rumah tangga yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Alasan memilih perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga karena perusahaan tersebut merupakan kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh makhluk hidup dan ketika barang-barang yang diproduksi laris dipasaran maka nilai perusahaan pun akan meningkat karena jumlah laba yang dicapai meningkat.

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), pada sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang bergerak memproduksi kosmetik, perawatan rambut dan tubuh, wangi-wangian, produk makanan dan minuman, serta produk-produk perawatan rumah. Pada sub sektor ini, terdapat 6 perusahaan yang menjadi anggota di BEI dengan waktu bergabung yang berbeda. Ke 6 perusahaan tersebut diantaranya :

Tabel 1.1
Nama perusahaan

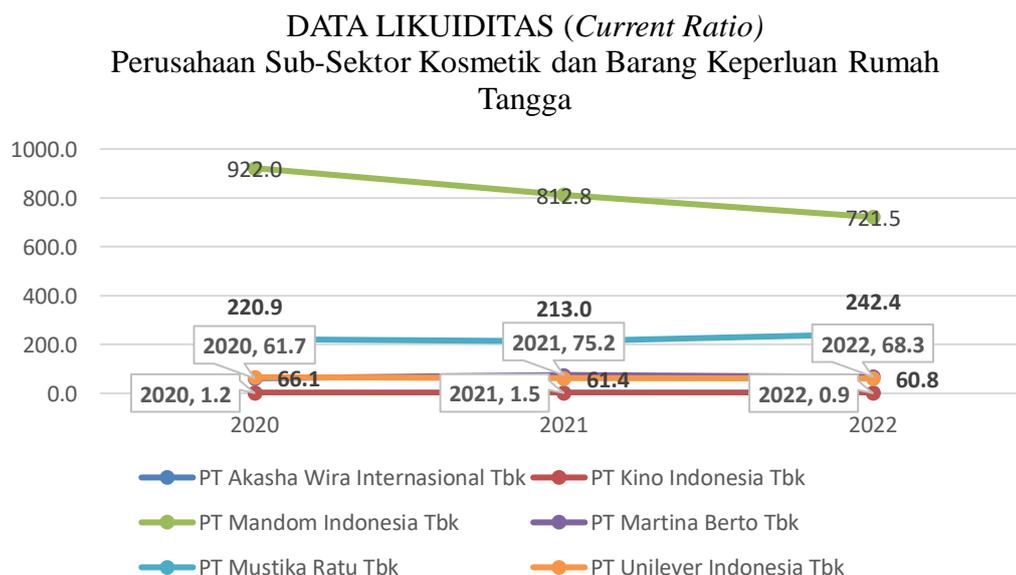
NO	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	PT Akasha Wira Internasional Tbk	ADES
2	PT Kino Indonesia Tbk	KINO
3	PT Mandom Indonesia Tbk	TCID
4	PT Martina Berto Tbk	MBTO
5	PT Mustika Ratu Tbk	MRAT
6	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR

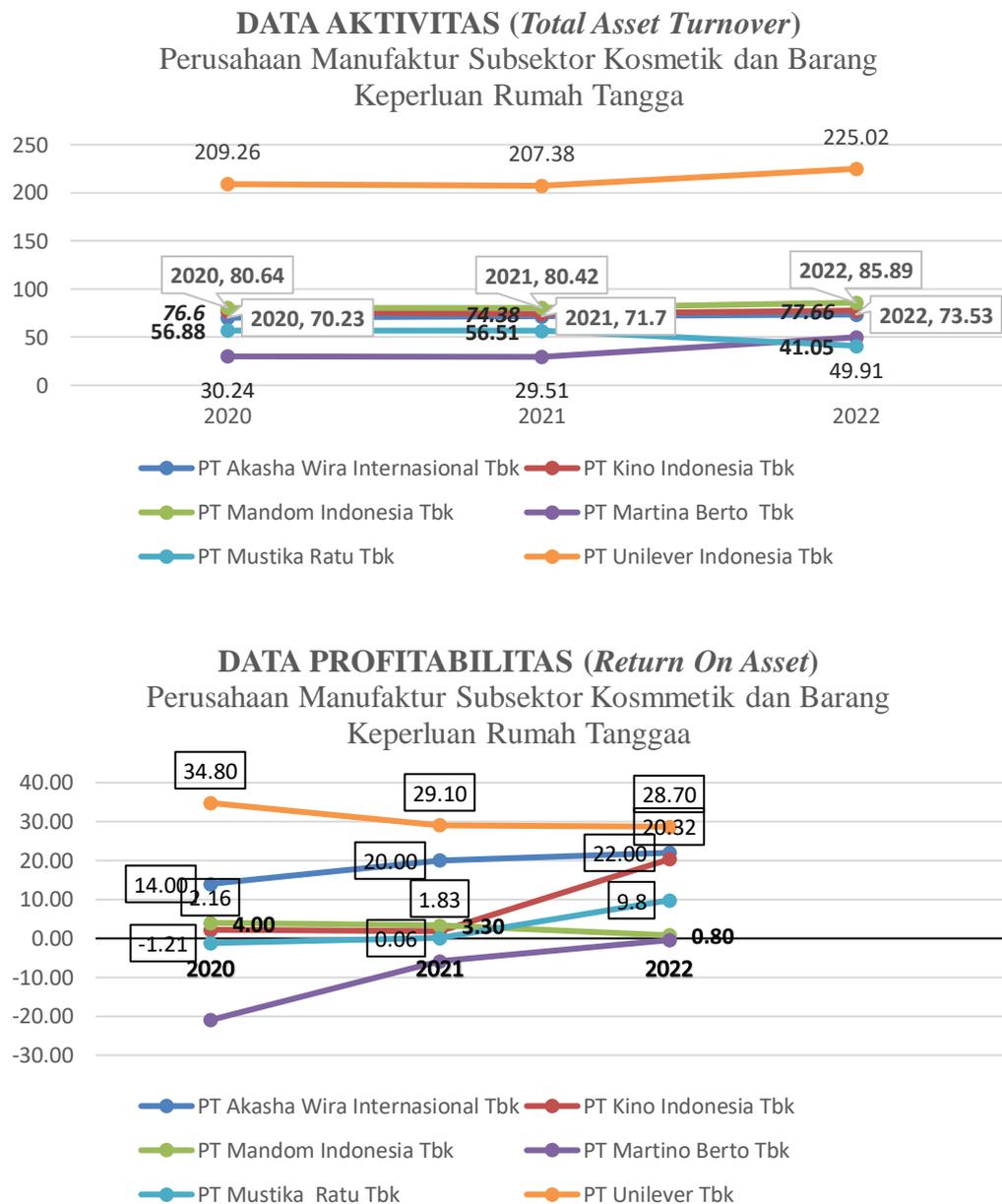
Sumber : www.idx.com tahun 2023

Persaingan industri selalu mengalami perubahan, hal ini membuat para pelaku industri semakin giat dalam meningkatkan kinerja dan kemampuan perusahaan untuk tetap bersaing dengan kompetitor.

Dengan mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya suatu perusahaan dapat menjaga kelangsungan usahanya. Perkembangan laba dari tahun ke tahun dapat dilihat dari profitabilitas. Profitabilitas adalah hasil akhir dari semua kebijakan keuangan dan keputusan operasional perusahaan. Dari definisi tersebut jelas bahwa laba digunakan sebagai hasil kemampuan perusahaan untuk mengukur seberapa efektif manajemen perusahaan dalam menjalankan operasionalnya.

Manajemen ditargetkan untuk selalu meningkatkan laba, agar dapat menjalankan kegiatan perusahaan, tolak ukur keberhasilan dari manajemen dapat diukur dari kemampuan manajemen dalam menciptakan dan mengejar target profitabilitas.





Sumber : www.idx.co.id. Tahun 2020-2022 (diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan diakses melalui website BEI)

Gambar 1.1

Grafik pertumbuhan Likuiditas, Aktivitas dan Profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan peralatan rumah tangga periode 2020-2022

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa CR pada PT Akasha Wira Internasional, di tahun 2021 turun sebesar 2,51% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA nya meningkat sebesar 20% dari tahun sebelumnya. Untuk CR

pada PT Kino Indonesia Tbk di tahun 2022 menurun sebesar 0,87% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA pada perusahaan tersebut meningkat sebesar 20,32% dari tahun sebelumnya. PT Mandom Indonesia Tbk di tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 922,0% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA di perusahaan tersebut mengalami penurunan sebesar 4% dari tahun sebelumnya.

Pada tahun 2022 CR di PT Martino Berto Tbk mengalami penurunan sebesar 68,32% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA perusahaan tersebut mengalami kenaikan sebesar -5,88% dari tahun sebelumnya. CR pada PT Mustika Ratu Tbk di tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 213,00% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA pada perusahaan tersebut mengalami kenaikan sebesar 0,06% dari tahun sebelumnya. Untuk CR pada PT Unilever Indonesia Tbk di tahun 2020 menaik sebesar 66,10% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA pada perusahaan tersebut menurun sebesar 34,80%.

Dari fenomena-fenomena tersebut selaras dengan teori (Fahmi:2017) kondisi perusahaan yang memiliki *current ratio* yang baik adalah dianggap sebagai perusahaan yang baik dan bagus, namun jika *current ratio* terlalu tinggi juga dianggap tidak baik karena dapat mengindikasikan adanya masalah seperti jumlah persediaan yang relatif tinggi dibandingkan taksiran tingkat penjualan sehingga tingkat perputaran persediaan rendah dan menunjukkan adanya *over investment* dalam persediaan tersebut atau adanya saldo piutang yang besar yang tak tertagih.

TAT pada PT Akasha Wira Internasional Tbk di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 70,23% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA meningkat sebesar 14% dari tahun sebelumnya. Pada PT Kino Indonesia Tbk di tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 99,64% dari tahun sebelumnya, namun ROA di perusahaan tersebut mengalami peningkatan sebesar 10,98%. Untuk TAT pada PT Mandom Indonesia Tbk di tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 85,89% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA pada perusahaan tersebut mengalami penurunan sebesar 0,80% dari tahun sebelumnya.

TAT pada PT Martina Berto Tbk di tahun 2022 menaik sebesar 49,91%, begitu pula dengan ROA pada perusahaan tersebut menaik sebesar -5,88% dari tahun sebelumnya. Untuk TAT pada PT Mustika Ratu Tbk di tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 41,05% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA pada perusahaan tersebut mengalami kenaikan sebesar 9,80% dari tahun sebelumnya. Untuk TAT pada PT Unilever Indonesia Tbk di tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 209,26% dari tahun sebelumnya, sedangkan ROA pada perusahaan tersebut mengalami penurunan sebesar 34,80% dari tahun sebelumnya.

Dari fenomena-fenomena tersebut sebagian berbanding terbalik dengan teori (Kasmir:2013) yang mengatakan bahwa semakin tinggi *Total Asset Turnover* (TAT) maka semakin efektif dalam menggunakan seluruh aset perusahaan untuk menunjang aktivitas penjualan yang berarti dapat meningkatkan *Return On Asset* (ROA) perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan mengenai fenomena saat ini dan adanya ketidaksesuaian antara teori dengan data aktual laporan keuangan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait profitabilitas perusahaan dengan judul : **“Pengaruh Rasio Likuiditas Dan Rasio Aktivitas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar Di BEI Periode 2018-2022”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut : Apakah ada pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 baik secara parsial maupun simultan?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI periode 2018-2022 baik secara parsial maupun simultan.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur.

1. Bagi perguruan tinggi/instansi

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Kemudian sebagai masukan dan bahan penelitian untuk menambah literatur penelitian tentang pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh rasio likuiditas dan rasio aktivitas terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga.

- b. Manfaat Praktis

Bagi manajemen perusahaan, diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan di dalam pengambilan keputusan dalam bidang keuangan terutama dalam rangka memaksimalkan profit atau keuntungan perusahaan dengan memperhatikan faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini.