

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan dapat mengolah dan melaksanakan manajemen perusahaan menjadi lebih professional. Hal ini dikarenakan munculnya pesaing dalam dunia usaha dengan jumlah yang banyak, baik pesaing dalam negeri maupun luar negeri sehingga mengakibatkan setiap perusahaan berupaya terus meningkatkan kinerja perusahaan yang baik demi eksistensi dan kelangsungan hidup perusahaan.

Keberhasilan perusahaan dapat diukur berdasarkan kemampuan perusahaan yang tercermin dalam kinerja manajemennya. Salah satu parameter kinerja perusahaan sering digunakan adalah laba. Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara. Laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Tidak dapat dipungkiri bahwa pertumbuhan laba tidak bisa terlepas dari kinerja keuangan perusahaan. Salah satu alat analisis keuangan yang paling sering digunakan adalah rasio keuangan. Rasio keuangan merupakan perbandingan-perbandingan angka-angka dari perkiraan-perkiraan yang terdapat di neraca dan laporan laba rugi. Perbandingan antara satu perkiraan dengan perkiraan yang lain harus saling berhubungan sehingga hasilnya dapat diinterpretasikan untuk mengetahui kondisi keuangan dan kinerja perusahaan

baik, maka hasil perhitungan rasio keuangan harus dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya atau dengan rata-rata industri.

Pertumbuhan laba adalah peningkatan dan penurunan laba yang diperoleh perusahaan dibandingkan tahun sebelumnya. Laba pada umumnya dipakai sebagai ukuran dari prestasi yang dicapai oleh suatu perusahaan sehingga laba dapat dijadikan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan investasi dan prediksi untuk meramalkan perubahan laba yang akan datang. Laba yang diperoleh perusahaan untuk tahun yang akan datang tidak dapat dipastikan, maka perlu adanya prediksi perubahan laba. Pertumbuhan laba merupakan kenaikan atau penurunan laba per tahun. Pertumbuhan laba yang tinggi mengindikasikan laba yang diperoleh perusahaan tinggi, sehingga tingkat pembagian deviden perusahaan tinggi pula. Oleh karena itu, pertumbuhan laba akan mempengaruhi keputusan para investor dalam berinvestasi. Hal ini dikarenakan investor mengharapkan tingkat pengembalian investasi yang tinggi. Pengaruh profitabilitas terhadap pertumbuhan laba bersih perusahaan semakin tinggi maka semakin tinggi pula tingkat pertumbuhan laba yang dihasilkan karena penambahan kemakmuran atau peningkatan ekuitas yang digunakan untuk membiayai operasi perusahaan yang akhirnya dapat menghasilkan laba

Likuiditas merupakan kemampuan untuk mengubah aktiva menjadi kas atau kemampuan memperoleh kas. Kurangnya likuiditas akan menghalangi perusahaan untuk memperoleh kesempatan mendapatkan keuntungan. Hal ini dikarenakan kurangnya likuiditas akan menghambat kegiatan operasional perusahaan dan dengan demikian akan mengurangi keuntungan perusahaan.

Leverage merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang dimana *debt to equity ratio* semakin besar maka akan baik bagi pertumbuhan laba sebaliknya semakin rendah *debt to equity ratio* maka semakin tinggi tingkat pendanaan yang disediakan pemilik dan semakin besar batas pengamanan bagi peminjam jika terjadi kerugian atau penyusutan terhadap nilai aktiva dan akan berpengaruh terhadap pertumbuhan laba (Mahaputra, 2012).

Informasi yang terkandung dalam laporan laba rugi dan komponen-komponennya yang diukur dengan sistem akuntansi akrual memberikan indikasi yang baik mengenai kinerja perusahaan, selain itu sifat laba sebagai seri waktu (*time series*) memberikan implementasi pada perubahan laba dan ada korelasi yang serial. Artinya seri waktu laba periode waktu terdahulu memiliki kecenderungan untuk mengalami perubahan terhadap laba di masa mendatang.

Kabar baik tengah melanda industri otomotif nasional. Terpantau penjualan mobil terus melonjak. Di tengah membaiknya kondisi perekonomian, konsumen memanfaatkan momentum berakhirnya diskon pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) 100% pada akhir Agustus ini.

Penjualan mobil domestik tercatat tumbuh 340% secara tahunan (*year on year/yoy*) pada Juli 2021 menjadi 66.639 unit dibanding Juli 2020 sebanyak 15.145 unit. Di Agustus ini, penjualan mobil diprediksi naik, sebab mulai September-Desember diskon PPnBM yang berlaku hanya 25%. Hingga akhir 2021, target penjualan mobil masih dipatok 750.000 unit, lebih tinggi dibandingkan realisasi 2020 yang 532.000 unit. Secara kumulatif, penjualan mobil periode Januari-Juli 2021 tumbuh 60% (*yoy*) menjadi 460.000 unit. Suatu angka

kenaikan yang impresif lantaran basis komparasinya yang rendah di masa pandemi 2020 lalu.

Terlihat dari ekonomi Indonesia triwulan II-2021 dibandingkan dengan triwulan II-2020 tumbuh 7,07% (yoy). Pertumbuhan terjadi pada semua lapangan usaha. Lapangan usaha yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah transportasi dan pergudangan sebesar 25,10% dan penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 21,58%. Sementara industri pengolahan yang memiliki peran dominan juga tumbuh sebesar 6,58%. Melihat keterkaitannya dengan ketiga lapangan usaha yang bertumbuh signifikan tersebut, hal itu memberikan signal bahwa sektor otomotif pun bergerak naik. Secara spasial, struktur perekonomian Indonesia pada triwulan II-2021 didominasi oleh kelompok provinsi di Pulau Jawa dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 57,92%. Diikuti Pulau Sumatera 21,73%, Kalimantan 8,21%, Sulawesi 6,88% dan Pulau Bali dan Nusa Tenggara 2,85%. Adapun Pulau Maluku dan Papua 2,41%.

Perbaikan perekonomian terjadi di semua kelompok pulau, dengan level pertumbuhan yang berbeda-beda. Pada triwulan II-2021, kelompok Pulau Maluku dan Papua mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 8,75% (yoy). Diikuti Sulawesi 8,51%, lantas Jawa 7,88%, Kalimantan 6,28%, Sumatera 5,27%; serta Pulau Bali dan Nusa Tenggara 3,70%.

Para produsen dan distributor otomotif tentu bisa dengan cerdas dan cermat membidik pemasaran produknya ke provinsi-provinsi yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang baik. Terutama yang setara atau bahkan melebihi pertumbuhan ekonomi nasional. (kontan.co.id. 2021)

Sepanjang tahun lalu hingga September 2019 (per kuartal III-2019), laba salah satu pemimpin pasar otomotif di Tanah Air, PT Astra International Tbk (ASII) mencapai Rp 15,87 triliun, turun 7,03% dari periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 17,07 triliun. Pencapaian laba bersih ini terjadi di tengah kenaikan pendapatan perusahaan yang satu digit. Pada periode tersebut, pendapatan induk Grup Astra ini hanya naik 1,24% menjadi Rp 177,04 triliun, dari periode yang sama tahun lalu Rp 174,88 triliun.

Dari penjualan ini, pendapatan terbesar dari penjualan barang sebesar Rp 120,82 triliun, turun dari sebelumnya Rp 121,54 triliun, sementara dari jasa dan sewa naik menjadi Rp 41,15 triliun dari sebelumnya Rp 39,04 triliun. "Kinerja Grup Astra pada semester pertama tahun 2019 dipengaruhi oleh lesunya konsumsi domestik dan tren penurunan harga-harga komoditas, tetapi juga diuntungkan oleh peningkatan kinerja bisnis jasa keuangan dan kontribusi dari tambang emas yang baru diakuisisi," kata Presiden Direktur Astra Prijono Sugiarto dalam keterangan resmi.

Anak usahanya, PT Astra Otoparts Tbk (AUTO), justru berhasil membukukan pertumbuhan laba bersih double digit 24% dari Rp 414,16 miliar menjadi Rp 512,26 miliar per September 2019, meskipun di sisi top line pendapatannya hanya tumbuh 1% lebih menjadi Rp 11,63 triliun dari Rp 11,50 triliun.

Kompetitor Astra, PT Indomobil Sukses Internasional Tbk (IMAS), juga membukukan laba bersih Rp328,3 miliar per September 2019, meroket 302,23% secara tahunan dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2018 yakni Rp81,62 miliar.