

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi yang semakin maju membuka peluang bagi banyak orang untuk mengembangkan usahanya di berbagai bidang, seperti sektor manufaktur. Salah satu jenis perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur adalah perusahaan *consumer goods*. Perusahaan *consumer goods* menjual barang konsumen jadi kepada konsumen akhir. Baik perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur ataupun jasa memiliki tujuan yang sama yaitu menggunakan modal dengan seefektif mungkin sehingga dapat menghasilkan profit secara maksimal. Menghasilkan profit sudah menjadi salah satu alasan didirikannya sebuah perusahaan dikarenakan hal ini akan menentukan kelangsungan hidup usaha itu sendiri. Tak hanya itu, perkembangan ekonomi yang semakin pesat juga berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu perusahaan. Ekonomi yang semakin maju menciptakan persaingan antar perusahaan sehingga diperlukan strategi yang tepat bagi perusahaan agar dapat berkembang. Salah satunya adalah melalui profitabilitas.

Rasio profitabilitas bertujuan agar kita dapat mengetahui kapasitas perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam berbagai kegiatan usaha yang dilakukannya (Hery, 2017). Perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas setiap tahunnya dengan mempertimbangkan beberapa faktor keuangan yang dimiliki. Rasio profitabilitas dapat diukur menggunakan EPS. EPS merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengukur keseluruhan *net income* yang diperoleh dari jumlah lembar saham yang beredar di suatu perusahaan.

Menurut Kasmir (2018) Perusahaan mengukur *leverage* untuk mengetahui seberapa baik seluruh aset perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* atau rasio utang dipakai untuk mengetahui kemampuan perusahaan menggunakan dana pinjaman dalam meningkatkan profit. Jika suatu perusahaan tidak mempunyai nilai *leverage*, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut dijalankan dengan menggunakan modal sendiri. Meskipun demikian, suatu perusahaan yang tidak memiliki utang juga belum tentu hal yang baik. *Leverage* dapat diukur menggunakan DER. DER bertujuan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar hutang jangka panjangnya dengan ekuitas.

Rasio likuiditas memiliki peranan penting dalam bisnis. Rasio ini digunakan untuk mengetahui seberapa cepat perusahaan dapat mengubah asetnya menjadi kas (Sukamulja, 2019). Dari rasio likuiditas, dapat diketahui bagaimana perusahaan menggunakan aktiva

jangka pendeknya. Rasio likuiditas dapat diukur menggunakan *current ratio*. Secara umum, *current ratio* dipakai untuk mengukur kemampuan perusahaan melunasi hutang jangka pendeknya dengan aktiva. lancar. Apabila perusahaan dapat membayar kewajiban jangka pendeknya, maka perusahaan dinyatakan liquid. Sebaliknya, perusahaan dinyatakan tidak liquid jika kewajiban jangka pendeknya tidak dapat dilunasi oleh perusahaan.

Total asset turnover digunakan untuk menafsirkan berapa banyak penjualan yang akan diperoleh dari setiap investasi dalam jumlah aktiva. TATO digunakan untuk mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam menghasilkan penjualan menggunakan aset yang dimiliki (Henry, 2017 : 143). Besar kecilnya keuntungan dihasilkan perusahaan dapat dilihat dari ukuran perusahaan. *Firm size* digunakan untuk melihat besar kecilnya perusahaan yang dinilai dari jumlah aset, *log size*, penjualan, nilai pasar saham dan sebagainya. Perusahaan besar memiliki lebih banyak fleksibilitas sehingga kemampuan untuk memperoleh keuntungan menjadi lebih tinggi (Putu Ayu dan Gerianta, 2018).

Salah satu contoh fenomena profitabilitas adalah PT. Unilever, Tbk mengalami penurunan laba bersih sebesar 18,68 % pada tahun 2019. Disisi lain, peningkatan pertumbuhan penjualan domestik membantu penjualan PT. Unilever, Tbk ikut meningkat sebesar 4,8%. Sancayo Antarikso, selaku Direktur dan Sekretaris Perusahaan Unilever, mengatakan bahwa untuk kinerja keuangan jangka panjang, hal ini dapat dilakukan dengan menjaga keseimbangan yang tepat antara pertumbuhan dan profitabilitas. Keuntungan melalui model bisnis yang berkesinambungan dan terus mencapai berbagai inovasi produk dan jasa yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. (cnbcindonesia.com). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Determinasi Profitabilitas Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Listing Di BEI**”.

1.2 Tinjauan Pustaka

Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas

Leverage dapat meningkatkan modal perusahaan sehingga keuntungan perusahaan ikut meningkat. Dana yang dimiliki perusahaan juga dapat diperoleh dalam bentuk hutang (Kristian Adi Wicaksono, 2016). Tinggi rendahnya nilai *leverage* akan mempengaruhi profitabilitas. Semakin tinggi nilai *leverage*, semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Semakin rendah nilai *leverage* maka semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Penelitian Sianturi dan Tiyaji (2021) menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas

Rasio lancar digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan membayar hutang lancarnya. Kepercayaan kreditur dalam meminjamkan dana untuk perputaran modal kepada perusahaan akan semakin tinggi jika nilai *current ratio* yang dimiliki juga tinggi. Peminjaman dilakukan untuk menambah modal perusahaan sehingga nantinya akan meningkatkan profitabilitas. Penelitian Amanda (2019) dan Tiyaaji (2021) menunjukkan bahwa *current ratio* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas perusahaan.

Pengaruh *Total Asset Turnover* terhadap Profitabilitas

Jumlah penjualan yang tinggi disebabkan oleh nilai perputaran total aset yang tinggi sehingga profitabilitas ikut meningkat. Hal ini menunjukkan penggunaan aset yang efisien. Sebaliknya, semakin rendah perputaran total aset, semakin rendah pendapatan dikarenakan penjualan yang menurun. Penelitian Dewi (2021) menunjukkan bahwa *total asset turnover* memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas

Besarnya aset yang dimiliki sebuah perusahaan dapat menjadi penentu ukuran perusahaan tersebut (Santoso, Maryono dan Bagana, 2019). Semakin besar total aktiva yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka keuntungan yang diperoleh akan semakin besar, sehingga profitabilitas akan meningkat. Hal ini berbanding lurus dengan ukuran perusahaan. Peluang bagi perusahaan untuk memperluas penjualan produk di pasar nasional maupun internasional semakin besar seiring dengan bertambahnya ukuran perusahaan yang akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dalam penelitian Drajat (2018), ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap laba per saham. Penelitian Istikhomah (2020) dan Sianturi (2021) menunjukkan bahwa *firm size* memiliki pengaruh positif terhadap profitabilitas.

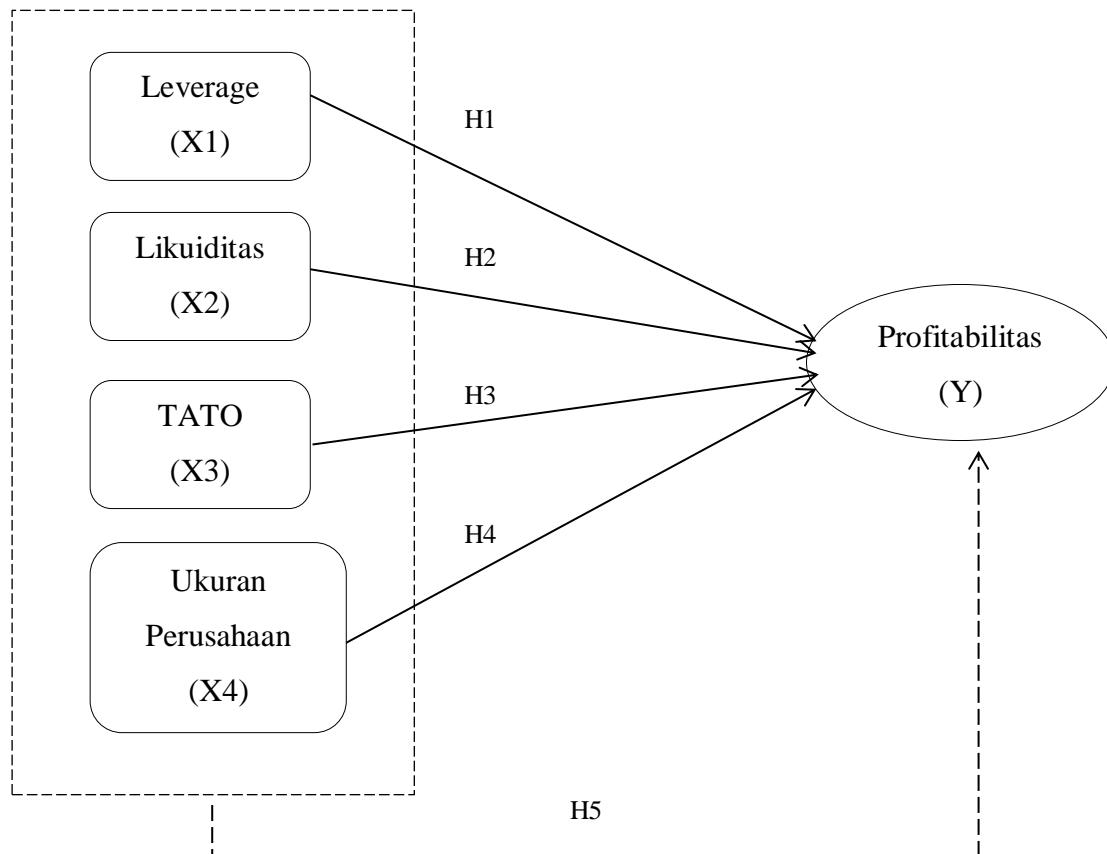
Pengaruh *Leverage*, Likuiditas, TATO dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan memiliki peranan penting bagi keberlangsungan suatu perusahaan. Efektivitas manajemen operasional yang dijalankan oleh perusahaan dapat dilihat dari profitabilitas. Jika nilai profitabilitas tinggi maka keuntungan meningkat. Begitupun sebaliknya, jika nilai profitabilitas rendah maka keuntungan menurun. Penelitian Istikhomah (2020) membuktikan *debt to equity ratio* dan ukuran perusahaan secara simultan memiliki pengaruh terhadap *earning per share*. Penelitian Sigalingging (

2021) membuktikan *current ratio*, *debt to equity ratio* dan *total asset turnover* secara simultan memiliki pengaruh terhadap *earning per share*.

1.3 Kerangka Konseptual

Gambar 1
Kerangka Konseptual



Hipotesis penelitian :

- H1 : *Leverage* berpengaruh parsial terhadap profitabilitas
- H2 : Likuiditas berpengaruh parsial profitabilitas
- H3 : TATO berpengaruh parsial profitabilitas
- H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh parsial profitabilitas
- H5 : *Leverage*, likuiditas, TATO, dan ukuran perusahaan berpengaruh simultan terhadap profitabilitas