

# BAB I

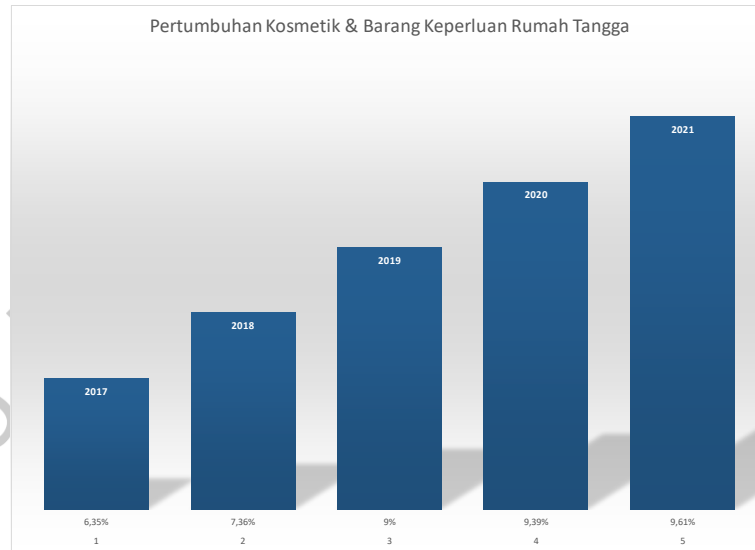
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kosmetik & barang keperluan rumah tangga merupakan salah satu subsektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bergerak dalam produksi kosmetik, produk wangi-wangian, produk perawatan rambut, serta perawatan tubuh, dan lainnya. Masyarakat modern mempunyai kebutuhan yang sangat besar terhadap kosmetik. Hal ini disebabkan karena masyarakat sebenarnya sangat bergantung pada kosmetik untuk menjaga kecantikan dan kebutuhan pokok rumah tangga yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Ditambah lagi, cuaca tropis di Indonesia yang panas membuat masyarakat penting dalam menggunakan kosmetik. Salah satu aspek penting kosmetik bagi masyarakat adalah tidak hanya menunjang kecantikan tetapi juga memberikan dampak positif bagi kesehatan. Subsektor tersebut merupakan salah satu jenis perusahaan manufaktur. Menurut (Putri & Septianti, 2020) Perusahaan manufaktur merupakan organisasi yang mengubah bahan mentah menjadi produk jadi dengan kualitas yang dapat dipasarkan. Bisnis ini menggunakan satu media untuk mengoperasikan tenaga kerja, mesin, dan peralatan selama proses pengolahan. *Standar Operation Prosedur* atau SOP setiap unit kerja menjadi acuan dalam seluruh langkah dan prosedur yang dilakukan dalam kegiatan manufaktur. Secara ekonomi, perusahaan manufaktur Indonesia mempekerjakan banyak orang, sehingga meningkatkan taraf hidup masyarakat. Alasan penulis memilih perusahaan manufaktur adalah karena manajemen keuangan dapat membantu perusahaan manufaktur dalam membuat laporan keuangan yang mencerminkan kinerja keuangan dan posisi keuangan perusahaan.

Pada penelitian ini, penulis memilih perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi. Sektor industri produk konsumen menghasilkan barang-barang yang digunakan sehari-hari. Contohnya seperti obat-obatan, kosmetik, dan perabot rumah tangga. Perusahaan-perusahaan yang memproduksi pada sektor ini

mempunyai dampak yang cukup besar terhadap sektor industri ini karena produk-produk yang dihasilkannya dapat menarik minat konsumen masyarakat. Maka dari itu terdapat grafik pertumbuhan kosmetik & barang keperluan rumah tangga 2017-2022, sebagai berikut:



**Gambar 1. 1 Pertumbuhan Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga**

*Sumber: Badan Pusat Statistik*

Pada Gambar 1.1 diatas, Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Perindustrian menunjukkan bahwa setiap tahun pertumbuhan kosmetik & barang keperluan rumah tangga mengalami kenaikan secara berurutan. Namun, pada tahun 2022 Kementerian Perindustrian memprediksi nilai pertumbuhan kosmetik & barang keperluan rumah tangga senilai sebanding dengan tahun 2021. Dengan adanya kenaikan secara berturut-turut, hal ini disebabkan oleh kesadaran masyarakat untuk merawat diri dan perubahan pola hidup masyarakat. Tingginya permintaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga mendorong pertumbuhan bisnis ini hingga 20%.

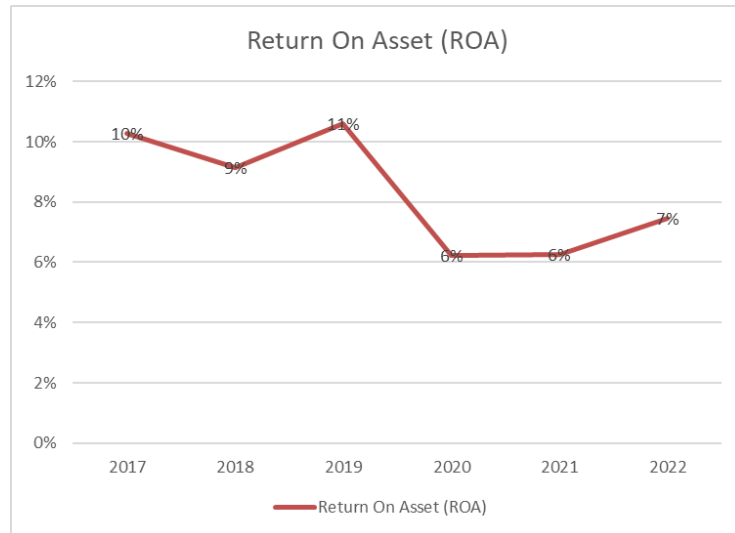
Dengan adanya tingkat permintaan masyarakat yang tinggi dan meningkatnya jumlah pelaku usaha di Indonesia yang bergerak di bidang kosmetik & barang keperluan rumah tangga, menyebabkan meningkatnya persaingan antar perusahaan industri yang memproduksi kosmetik & barang keperluan rumah tangga tersebut. Peningkatan tersebut menjadikan industri ini sebagai incaran para investor

yang ingin melakukan investasi melalui Bursa Efek Indonesia. Tujuan dari bisnis ini adalah untuk memaksimalkan keuntungan dari operasi mereka sejak awal. Bisnis-bisnis ini juga berusaha untuk menarik perhatian konsumen, meyakinkan konsumen untuk membeli dan memanfaatkannya, dan mengungguli bisnis pesaing di industri terkait. Semua produk perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang ada di Bursa Efek Indonesia sudah dikenal luas, dibutuhkan oleh masyarakat luas, dan sering dimanfaatkan. Melihat hal tersebut, masuk akal jika perusahaan sejenis saling bersaing ketat untuk menghasi barang keperluan rumah besarnya. Alasan penulis meneliti perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena penelitian sebelumnya banyak meneliti dengan objek perusahaan manufaktur makanan, dan juga peneliti sebelumnya belum ada yang meneliti pengaruh *Debt to Asset Ratio*, *Current Ratio*, dan *Total Asset Turnover* terhadap *Return on Asset* dengan perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga. Di Indonesia, perusahaan ini sangat kompetitif.

Saat ini perkembangan dunia usaha semakin pesat dan persaingan semakin meningkat. Bisnis harus berkembang dengan cepat agar dapat mengelola kinerja keuangan secara efektif. Kemampuan suatu perusahaan menghasilkan uang dari setiap aktivitas operasionalnya merupakan kriteria paling penting untuk dipertimbangkan ketika mengevaluasi kinerjanya. Faktor-faktor ini membantu kita menentukan kapasitas perusahaan untuk memenuhi komitmen keuangannya kepada investor dan mungkin juga memainkan peran penting dalam menentukan nilai masa depan dan tingkat perkembangannya. Dengan adanya rasio keuangan, penulis menggunakan rasio ini untuk keefektifan dan keefesienan perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga, rasio keuangan yang digunakan yaitu *profitability ratio*, *leverage*, dan *liquidity ratio*. Dalam penelitian ini, penulis ingin menguji profitabilitas dengan menambahkan variabel-variabel baru untuk menguji kembali apa yang dapat berpengaruh dengan rasio profitabilitas pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga. Tujuan profitabilitas untuk perusahaan adalah sebagai nilai baik buruknya kinerja perusahaan. Menurut Enggariyanto (2018) Rasio profitabilitas terbagi menjadi lima jenis yang meliputi, *Profit margin*, *Return on investment*, *Return on equity*, *Return on assets*, *Earning per share of common*

*stock*, dan *Operating profit margin*. Namun pada penelitian ini, penulis hanya berfokus pada *Return on Asset*.

*Return on Asset* atau pengembalian aset digunakan sebagai literatur alat ukur kinerja keuangan (di luar literatur serikat kredit) (Pokharel et al, 2021). *Return on Assets* merupakan indikator kunci kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan seberapa baik manajemen mampu mengelola sumber daya perusahaan, termasuk menerapkan langkah-langkah efisiensi biaya dan operasional, mengoptimalkan penggunaan aset, memaksimalkan pemasaran, dan lain sebagainya. Nilai *Return on Assets* meningkat seiring dengan besarnya keuntungan yang direalisasikan. Perusahaan dengan pengembalian aset bisnis yang kuat biasanya memiliki manajemen yang kompeten (Wiratama & Kurniawan, 2019). Menurut Husna & Satria (2019) pemberian aset yang besar dalam membangun laba bersih dengan menunjukkan adanya rasio pengembalian aset. Menurut penelitian Robison & Barry (2020), *Return On Asset* (ROA) memberi informasi menarik dan penting, perusahaan dan investasi akan memperoleh suatu ketertarikan pada manajer keuangan. Kemudian, perbedaan pengembalian aset dan biaya utang penting dengan cara memilih antara opsi pembiayaan alternative. Tingkat *Return on Asset* dapat menghasilkan peringkat yang bertentangan 1 periode HQN pada ROA masing-masing 6,5%. *Return on Assets* adalah rasio yang digunakan untuk menilai kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Ini menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan setelah dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh aset tersebut, seperti biaya pengembangan dan biaya manajemen personalia untuk meningkatkan kekayaan intelektual (Saputra, 2022).



**Gambar 1. 2 Return on Asset Perusahaan Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga 2017-2022**

**Sumber: Data diolah, 2023**

Berdasarkan Gambar 1., barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di *Asset* perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022, di tahun 2019 *Return on Asset* menunjukkan angka paling tinggi yaitu sebesar 11%. Sedangkan di tahun 2020 sampai dengan 2022 perhitungan rata-rata *Return on Asset* memiliki nilai paling rendah yaitu sebesar 6%. Dilihat dari data yang sudah diolah pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022 mengenai *Return on Asset*, mendapatkan hasil yaitu adanya fenomena bahwa *Return on Asset* dalam periode 5 tahun terakhir secara konsisten mengalami fluktuasi.

Menurut Jurlinda et al (2022) besar kecilnya aset yang dibiayai oleh utang ditentukan oleh *debt to aset rasio* (DAR). Rasio ini sangat penting untuk menentukan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh komitmen jangka panjang. Jika DAR lebih tinggi, hal ini mungkin berarti lebih banyak aset yang dibiayai hutang, lebih sedikit aset yang dibiayai modal, perusahaan mempunyai risiko lebih besar untuk tidak mampu membayar utang jangka panjangnya, dan besarnya bunga yang harus dibayar. harus membayar semakin meningkat. Menurut Alfiani (2022) ukuran efektivitas pemanfaatan sumber daya suatu perusahaan adalah rasio liabilitas terhadap total aset. Ketika efisiensi penggunaan dana

meningkat, *leverage* akan meningkat. Di sisi lain, utang dan kewajiban perusahaan yang terhubung akan meningkat jika dana yang digunakan semakin tidak efisien. Rasio tersebut digunakan untuk mengetahui tingkat pembiayaan aset perusahaan oleh hutang atau sejauh mana hutang mempengaruhi pembiayaan aset. Reza et al (2023), *Debt to Asset Ratio* merupakan suatu metode yang dapat digunakan atau digunakan oleh berbagai pihak, baik di dalam maupun di luar perusahaan, untuk mengetahui seberapa besar utang yang dimiliki atau digunakan perusahaan untuk membiayai kekayaan atau aset yang dimilikinya, atau hutang yang timbul saat melakukan operasi bisnis yang menjadi hutang korporasi kepada kreditur. Ketika diketahui angka *Debt to Asset Ratio* (Rasio Hutang Terhadap Aset) suatu perusahaan yang naik atau menunjukkan angka yang meningkat dibandingkan periode-periode bisnis sebelumnya, maka diasumsikan bahwa perusahaan tersebut mempunyai total hutang. Ketika *Debt to Asset Ratio* suatu perusahaan rendah, perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai hutang yang sedikit; Namun, jika nilainya tinggi, yang terjadi justru sebaliknya. Semakin tinggi menandakan bahwa aset tersebut dibiayai oleh utang, sehingga semakin sulit bagi bisnis untuk menerima dana pinjaman lebih lanjut dan meningkatkan risiko bahwa perusahaan tidak akan mampu melunasi hutangnya dengan aset lancarnya. Peningkatan DAR menunjukkan betapa ketergantungan koperasi pada pihak luar dan semakin mahalnya bunga yang harus ditanggung koperasi. Meningkatkan besarnya DAR menunjukkan semakin besarnya ketergantungan terhadap pihak luar dan pihak-pihak yang berpengaruh, yang seiring dengan meningkatnya utang, menjadikan organisasi kurang efektif dan mungkin berdampak pada profitabilitas.

Menurut Pokharel et al (2021), *Return on asset* dan *Current ratio* adalah kapasitas perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan, mulai dari beberapa faktor. *Current Ratio* dan *Return on asset* adalah kapasitas perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dua ukuran keuangan yang digunakan untuk menilai kesehatan keuangan suatu perusahaan adalah *Return on asset* dan *Current ratio*. Menurut Husna & Satria (2019), *Current Ratio* adalah alat ukur yang digunakan pelaku usaha untuk membayar kebutuhan seperti jangka pendek yang harus diselesaikan dalam satu tahun. Membandingkan seluruh aset jangka panjang dengan kewajiban lancar perusahaan yang beroperasi menghasilkan perhitungan

metode ini. Dengan kata lain, aktiva lancar perusahaan lebih besar dari total kewajiban lancar. Perusahaan mengetahui kesanggupannya untuk melengkapi jangka pendek melalui kesetaraan antara kewajiban lancar dan aset lancar, biasa disebut dengan *Current Ratio*. Setiap perusahaan harus menegakkan posisi *Current Ratio*, karena *Current Ratio* yang baik menunjukkan bahwa perusahaan dapat memenuhi persyaratan jangka pendek minimumnya; namun, rasio saat ini yang terlalu tinggi dapat diartikan sebagai tidak baik karena menunjukkan kurangnya arus kas yang diperlukan atau aktivitas lancar (Gumilar, 2019). *Current Ratio* menurut Tanjung et al (2021) adalah rasio yang mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka pendek. Ketika suatu perusahaan dapat membayar utang jangka pendeknya tepat waktu, hal ini berarti kemampuannya membayar aset lancar melebihi kemampuannya membayar kewajiban lancar.

Menurut Juliawati & Chandra (2020) menyatakan bahwa *Total Asset Turnover* (TATO) menghasilkan laba penjualan berdasarkan total aset perusahaan. Jika angka TATO tinggi maka perputaran aset berjalan cepat yang dapat menghasilkan laba penjualan. Jika perusahaan mengalami peningkatan di TATO, maka volume penjualan meningkat dengan jumlah total aset. Menurut Chandra et al (2021) TATO merupakan rasio yang menunjukkan efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan pendapatan. Jika nilai TATO perusahaan mendekati nilai TATO industri, maka bisnis akan mengakibatkan bedanya standar TATO bagi perusahaan. Seperti perusahaan manufaktur mengharapkan nilai TATO mendekati 1. Jika nilai TATO rendah, maka dapat menunjukkan perusahaan terlalu banyak menepatkan dana dalam bentuk aset. Sedangkan nilai TATO yang tinggi menunjukkan perusahaan menggunakan sedikit aset atau aset yang digunakan sudah kedaluwarsa. Sedangkan (Damayanti & Chaerudin, 2021) TATO menghasilkan jumlah penjualan atau pendapatan dengan cara perusahaan menggambarkan tingkat efisiensi penggunaan aset.

Pada penelitian terdahulu telah melakukan kajian mengenai pengaruh *Return on Asset* (ROA). Pada hasil penelitian menurut Astutik & Anggraeny (2019), *Debt to Asset Ratio* mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap *Return on Asset*, karena nilai signifikan lebih besar dari nilai batas nilai signifikansi. Hipotesis tersebut sependapat dari penelitian Hapsila et al (2021) bahwa *Debt to*

*Asset Ratio* mempunyai pengaruh signifikan dengan *Return on Asset*. Begitu pun sama dengan hasil penelitian menurut penelitian Irsan & Rambe (2021) *Debt to Asset Ratio* memiliki pengaruh positif yang signifikan dengan *Return on Asset*. Menurut penelitian Lumbantobing et al (2020) & Zarkasyi et al (2021) *Debt to Asset Ratio* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset*. Menurut (Alfiani, 2022) *Debt to asset ratio* mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap ROA karena rasio yang menggambarkan perbandingan aset dan utang perusahaan.

Chaya & Prima (2019), *Current Ratio* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap *Return on Asset*, karena tingginya uang yang tidak terpakai yang tidak digunakan untuk membeli barang yang lebih besar bagi perusahaan. Berdasarkan penelitian Zaman (2021) *Current Ratio* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Return on Asset*, karena jika aktiva lancar mempunyai kelebihan maka wajib guna membayar pembagian laba perusahaan kepada pemegang saham. Menurut Ayu & Komang (2020), *Current Ratio* memiliki pengaruh positif dan signifikan kepada pengembalian aset, karena *Current Ratio* merupakan perusahaan yang memiliki kegagalan risiko yang kecil dalam kewajiban jangka pendek. Berakibatkan pemegang saham menanggung risikonya. Menurut Damayanti & Chaerudin (2021) *Current Ratio* memiliki pengaruh positif terhadap *Return on Asset*. Sama dengan penelitian menurut Mahardika dan Marbun (2020), *Current Ratio* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA. Tetapi menurut penelitian Solihin (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa *Current ratio* terhadap *Return on Asset* tidak berpengaruh signifikan. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh Chandra et al (2021) yang menyatakan bahwa *Current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset*.

Willi & Chandra (2019) *Total Asset Turnover* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Menurut Irman & Purwati (2020) *Total Asset Turnover* (TATO) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA. Setiap perusahaan menggunakan *Total Asset Turnover* yang digunakan untuk mengukur perputaran aset dan mengukur banyaknya penjualan. Menurut Nurjanah dan Hakim (2018) *Total Asset Turnover* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA). Serta menurut penelitian Alifiana & Indah (2020) *Total Asset Total*



*Asset Turnover* berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Tetapi menurut penelitian Melvina et al (2020) *Total Asset Turnover* tidak berpengaruh dan signifikan pada *Return on Asset*, penelitian tersebut juga didukung Sudryanto & Huda (2023) yang menyatakan bahwa *Total Asset Turnover* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap *Return on Asset*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, serta fenomena, *research gaps*, dan *teory gaps* diatas, penulis memutuskan judul pada penelitian ini yaitu **“Pengaruh *Debt To Asset Ratio*, *Current Ratio* Dan *Total Asset Turnover* Terhadap *Return On Asset* Perusahaan Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia 2017 - 2022”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Debt to Asset Ratio* berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2017-2022?
2. Apakah *Current Ratio* berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2017-2022?
3. Apakah *Total Asset Turnover* berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2017-2022?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji *Debt to Asset Ratio* berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2017-2022.

2. Untuk menguji *Current Ratio* berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2017-2022.
3. Untuk menguji *Total Asset Turnover* berpengaruh terhadap *Return on Asset* pada perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat di Bursa Efek Indonesia 2017-2022.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai banyak manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat meningkatkan dan menganalisis variabel-variabel di suatu perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia 2017 – 2022.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

- 1) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidak pengaruh terhadap pengembalian aset di perusahaan kosmetik & barang keperluan rumah tangga yang tercatat di BEI 2017 – 2022.
- 2) Mengimplementasi teori dan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan dalam bidang keuangan.

###### **b. Pembaca**

- 1) Hasil penelitian diharapkan berguna sebagai bahan evaluasi untuk penelitian selanjutnya.
- 2) Diharapkan bermanfaat bagi pembaca sebagai referensi penelitian yang relevan untuk peneliti selanjutnya.