

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Indonesia saat ini semakin banyak perusahaan yang berkembang pesat baik perusahaan dengan skala kecil maupun perusahaan skala besar (Rahmah et al., 2019). Perkembangan ekonomi dan dunia bisnis yang semakin maju telah menciptakan banyaknya persaingan, tentunya persaingan bisnis ini menjadi sebuah masalah bagi perusahaan oleh karena itu perusahaan dituntut untuk memikirkan strategi dan solusi dalam menghadapi permasalahan tersebut agar perusahaan tidak kalah saing dengan perusahaan lain baik pada sektor industri maupun jasa (Ayu et al., 2021). Dalam menghadapi hal tersebut perusahaan dapat berupaya dengan meningkatkan kinerjanya. Semakin pesatnya kemajuan ekonomi mendorong pola pikir perusahaan untuk memunculkan inovasi dan ide-ide baru untuk mempertahankan aset perusahaan dimasa yang akan datang (Ummah, Rohmatul & Efendi, 2022).

Perusahaan manufaktur khususnya perusahaan sektor barang konsumsi merupakan salah satu industri yang menarik dan produk barang konsumsi selalu dibutuhkan untuk keberlangsungan hidup sehari-hari (Nurdiakusuma et al., 2022). Pada fenomena saat ini, perkembangan industri manufaktur terus berkembang setiap tahunnya serta semakin ketatnya persaingan bisnis yang akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang sehingga diperlukan strategi agar dapat memaksimalkan kinerja perusahaan (Rantika Dwi, Mursidah, Yunina, 2022). Sektor industri barang konsumsi dapat dikatakan mempunyai peran dalam perindustrian dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, buktinya sektor industri barang konsumsi memberikan rata-rata kontribusi pendapatan sebesar 5,63%. Kinerja sektor industri barang konsumsi juga lebih tinggi dibandingkan dengan dua sektor lainnya yaitu sektor aneka industri dasar dan kimia yang hanya berperan sebesar 1,23% dan 0,76%. Sektor industri ini merupakan sektor yang sangat strategis dan masih mempunyai prospek bisnis yang cukup panjang (Kemenperin.go.id, 2020).

Perusahaan sebagai bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaannya sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin dan dapat berkembang untuk memperluas pangsa pasar (Wahyuliza, 2018). Keberlangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya adalah profitabilitas (Rantika Dwi, Mursidah, Yunina, 2022). Setiap perusahaan perlu mempunyai kemampuan manajemen yang baik sebagai upaya perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Strategi meningkatkan kualitas produk dan menciptakan produk baru yang lebih bagus untuk menarik minat konsumen terhadap produk dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk, sehingga profitabilitas perusahaan akan meningkat (Ummah, Rohmatul & Efendi, 2022).

Rasio profitabilitas merupakan sebuah rasio yang digunakan untuk menilai dan mengukur seberapa besar kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan dapat melihat ukuran tingkat efektivitas manajemen pada suatu perusahaan (Kasmir, 2020, p. 114). Apabila perusahaan memperoleh laba yang besar, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut berhasil dan memiliki kinerja yang baik, namun sebaliknya jika laba yang diperoleh perusahaan relatif menurun atau kecil dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil dan memiliki kinerja yang kurang baik (Henny, 2019). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan Return on Assets (ROA). Return On Assets (ROA) merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba dengan seluruh aset yang dimilikinya (Hutabarat, 2022).

Ada beberapa tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas, yaitu: (a) Untuk mengukur atau menghitung perolehan laba suatu perusahaan dalam satu periode tertentu. (b) Untuk menilai posisi laba yang diperoleh perusahaan pada tahun sebelumnya dengan tahun sekarang. (c) Untuk menilai perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu. (d) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak yang diperoleh perusahaan dengan modal sendiri. (e) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik yang berasal dari modal pinjaman maupun modal sendiri. (f) Untuk mengukur produktivitas dari keseluruhan dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri (Kasmir, 2020, pp. 197–198).

Pada setiap perusahaan Profitabilitas menjadi masalah yang sangat penting dan perlu diperhatikan karena Profitabilitas perusahaan merupakan gambaran dari kondisi keuangan perusahaan tersebut (Aghnitama et al., 2021). Tinggi rendahnya profitabilitas bisa menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi para investor saat akan memberikan dananya didalam suatu perusahaan (Rahmah et al., 2019). Hal ini tidak hanya berlaku untuk investor, kondisi keuangan perusahaan juga dapat mempengaruhi pandangan para pemegang saham, apakah kebijakan yang dibuat oleh perusahaan bertujuan untuk mensejahterakan para pemegang saham ataupun hanya untuk kepentingan perseorangan. Untuk melihat laba perusahaan, laporan keuangan tahunan dapat dijadikan acuan untuk para investor memperoleh informasi mengenai perusahaan tersebut (Wahyuliza, 2018).

Perusahaan Manufaktur terutama sektor industri barang konsumsi selalu menjadi andalan setiap tahunnya karena sektor ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim maupun perubahan kondisi perekonomian, kelancaran penjualan produk pada sektor industri barang konsumsi akan terjamin karena sektor ini bergerak pada bidang industri pokok manusia yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Perusahaan sektor industri barang konsumsi memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Lorenza et al., 2020). Saat ini, sektor industri barang konsumsi berkembang sangat pesat, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Walaupun keadaan ekonomi sedang dalam keadaan buruk produk sektor industri barang konsumsi akan tetap dibutuhkan oleh masyarakat sehingga sektor ini akan tetap hidup dan bertahan dalam keadaan krisis sekalipun dibandingkan dengan sektor industri lainnya (Rantika Dwi, Mursidah, Yunina, 2022).

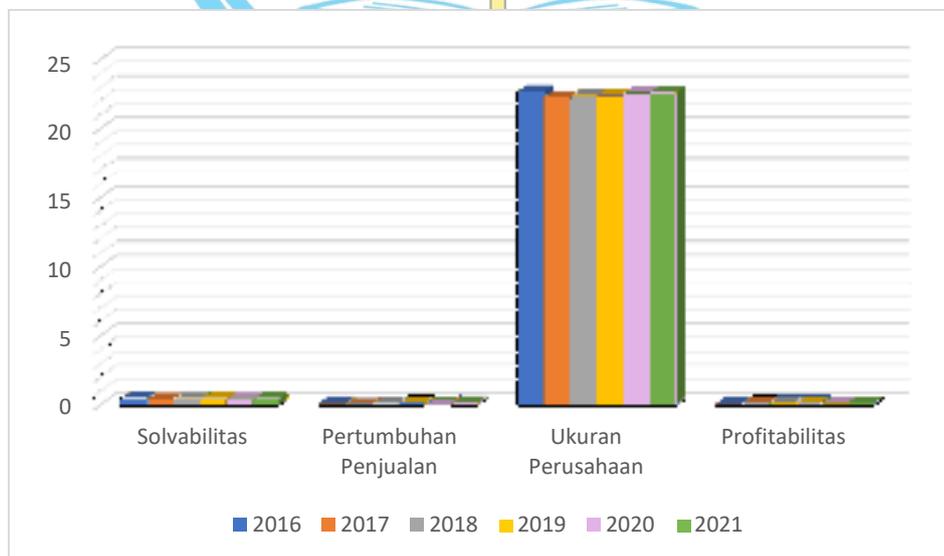
Tabel 1. 1
Rata-rata Solvabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan dan
Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021

Variabel	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Solvabilitas	0.41	0.38	0.39	0.40	0.39	0.40
Pertumbuhan Penjualan	0.14	0.05	0.05	0.10	-0.02	0.15
Ukuran Perusahaan	22.66	22.23	22.34	22.41	22.52	22.58
Profitabilitas	0.13	0.12	0.16	0.13	0.10	0.11

Sumber : Data diolah, 2022

Gambar 1.1

Grafik Rata-rata Solvabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan
dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021



Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa fenomena perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi memiliki rata-rata Solvabilitas pada tahun 2016 sebesar 0.41. Pada tahun 2017 mengalami penurunan yang

signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebesar 0.38. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 0.39. Kemudian pada tahun 2019 mengalami kenaikan kembali sebesar 0.40. Akan tetapi pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 0.39. Kemudian mengalami kenaikan kembali pada tahun 2021 yaitu sebesar 0.40.

Variabel pertumbuhan penjualan memiliki nilai rata-rata pada tahun 2016 sebesar 0.14. Pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan dengan nilai yang sama sebesar 0.05. Kemudian pada tahun 2019 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 0.10. Namun pada tahun 2020 nilai rata-rata pertumbuhan penjualan sangat menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar -0.02. Pada tahun 2021 nilai rata-rata pertumbuhan meningkat sangat signifikan sebesar 0.15.

Variabel Ukuran Perusahaan pada tahun 2016 memiliki nilai rata-rata sebesar 22.66. Namun pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 22.23. Pada tahun 2018-2021 rata-rata ukuran perusahaan tampak mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya, dalam menentukan ukuran perusahaan dapat diukur dengan total asset. Dapat dilihat dari hasil perhitungan bahwa pada tahun 2018 rata-rata ukuran perusahaan sebesar 22.34, pada tahun 2019 rata-rata ukuran perusahaan sebesar 22.41, pada tahun 2020 rata-rata ukuran perusahaan sebesar 22.52, pada tahun 2021 rata-rata ukuran perusahaan sebesar 22.58.

Variabel Profitabilitas memiliki nilai rata-rata yang mengalami kenaikan dan penurunan disetiap tahunnya. Pada tahun 2016 rata-rata profitabilitas sebesar 0.13. Pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 0.12. Pada tahun 2018 mengalami kenaikan yang signifikan yaitu sebesar 0.16. Akan tetapi pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan, pada tahun 2019 sebesar 0.13 dan pada tahun 2020 sebesar 0.10. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 0.11.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi profitabilitas, salah satunya adalah solvabilitas. Solvabilitas atau *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh utang. Rasio Solvabilitas juga dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan mengalami likuidasi (Kasmir, 2020, p. 151).

Solvabilitas merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu untuk mengelola hutangnya untuk mendapatkan keuntungan (Wage, Sunarto, Hariya Toni, 2021). Solvabilitas menganalisis mengenai kebijakan hutang perusahaan termasuk sumber dana jangka pendek maupun jangka panjang (Ritonga, 2020).

Hasil penelitian sebelumnya tentang Solvabilitas telah banyak dilakukan seperti penelitian yang dilakukan (Wage, Sunarto, Hariya Toni, 2021) menyimpulkan bahwa Solvabilitas Berpengaruh Signifikan terhadap Profitabilitas. Sedangkan hasil dari penelitian (Wahyuliza, 2018) dan (Rahmah et al., 2019) berbanding terbalik karena hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Solvabilitas Tidak berpengaruh Signifikan terhadap Profitabilitas.

Selanjutnya variabel kedua yang dapat mempengaruhi Profitabilitas yaitu Pertumbuhan Penjualan. Pertumbuhan Penjualan adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualannya setiap tahun. Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi sebuah perusahaan, karena penjualan yang dilakukan harus didukung dengan aktiva dan apabila penjualan ditingkatkan maka aktiva harus ditambah, dengan mengetahui penjualan dari tahun sebelumnya perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada (Ayu et al., 2021). Pertumbuhan penjualan merupakan rasio antara penjualan tahun sekarang dikurangi penjualan tahun sebelumnya dan dibagi penjualan tahun sebelumnya (Ummah, Rohmatul & Efendi, 2022). Tingkat Pertumbuhan penjualan merupakan suatu ukuran untuk mengukur sejauh mana penjualan perusahaan dapat ditingkatkan. Semakin tinggi tingkat penjualan, maka akan semakin tinggi pula keuntungan yang diperoleh perusahaan (Hutabarat, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rantika Dwi, Mursidah, Yunina, 2022) dan (Hutabarat, 2022) menyimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Akan tetapi menurut (Ummah, Rohmatul & Efendi, 2022) dan (Ayu et al., 2021) menyimpulkan bahwa Pertumbuhan Penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Variabel ketiga yang dapat mempengaruhi Profitabilitas yaitu Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran yang dapat

menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total aset perusahaan (Novyanny & Turangan, 2019). Semakin tinggi total aset yang dimilikinya, maka menunjukkan semakin besar aset yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan mampu mengoptimalkan kinerja perusahaan dengan besar aset yang dimilikinya (Rantika Dwi, Mursidah, Yunina, 2022). Ukuran perusahaan akan memberikan pandangan tersendiri terhadap investor perusahaan mengenai kondisi perusahaan dimasa depan. Ukuran perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan besar kecilnya tingkat profitabilitas yang dimiliki perusahaan (Maria et al., 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rantika Dwi, Mursidah, Yunina, 2022), (Ayu et al., 2021) dan (Aruan et al., 2021) menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Sedangkan menurut (Veronica & Saputra, 2021) menunjukkan hasil yang berbanding terbalik yaitu hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas telah banyak dilakukan. Namun, dari beberapa penelitian terdahulu masih terdapat perbedaan hasil penelitian terhadap variabel yang ditelitinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ummah, Rohmatul & Efendi, 2022) dapat dilihat dari variabel independen yang digunakan penelitian sebelumnya menggunakan variabel independen Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, dan Perputaran Modal Kerja sedangkan penelitian ini menggunakan variabel independennya yaitu Solvabilitas, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan maka terdapat perbedaan dari kedua variabel independennya. Kemudian terdapat perbedaan dari perusahaan yang dijadikan sampel penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI sedangkan penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI. Serta tahun yang digunakan pada penelitian sebelumnya menggunakan tahun 2017-2020 sedangkan pada penelitian ini menggunakan tahun 2016-2021. Alasan menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi karena Perusahaan Manufaktur terutama sektor

industri barang konsumsi selalu menjadi andalan setiap tahunnya karena sektor ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim maupun perubahan kondisi perekonomian, kelancaran penjualan produk pada sektor industri barang konsumsi akan terjamin karena sektor ini bergerak pada bidang industri pokok manusia yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Perusahaan sektor industri barang konsumsi memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Saat ini, sektor industri barang konsumsi berkembang sangat pesat, baik skala kecil, menengah, maupun besar.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dan konsisten yang dituangkan dalam laporan berjudul **“Pengaruh Solvabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur (Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2021)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti dapat menemukan beberapa masalah terkait profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi, sebagai berikut :

1. Adanya persaingan yang ketat pada perekonomian Indonesia, maka perusahaan diharuskan untuk meningkatkan kinerja sumber daya perusahaan.
2. Masih banyak perusahaan yang belum memiliki keuntungan yang optimal.
3. Perusahaan mengalami penurunan keuntungan atau profitabilitas yang menurun.
4. Terdapat ketidakkonsistenan pada penelitian terdahulu terhadap variabel solvabilitas, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan.

1.3 Batasan Penelitian

Untuk menghindari cakupan masalah yang luas dalam penelitian maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti, agar penelitian lebih terarah dan terfokus pada tujuan. Batasan masalahnya yaitu sebagai berikut :

1. Batasan Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel bebas sedangkan variabel dependen adalah variabel terikat, yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah solvabilitas diproksikan dengan *debt to asset ratio* (X_1), pertumbuhan penjualan diproksikan dengan *sales growth* (X_2), dan ukuran perusahaan (X_3)
- b. Variabel dependen (Y), dalam penelitian ini adalah profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (Y).

2. Penelitian dilakukan dengan menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Periode pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 6 (enam) tahun secara berturut-turut, dimulai dari tahun 2016 sampai 2021.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, permasalahan yang akan diambil dalam penelitian ini diantaranya yaitu :

1. Bagaimana pengaruh Solvabilitas terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?
2. Bagaimana pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?

3. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?
4. Bagaimana pengaruh Solvabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan melihat permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Solvabilitas terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Solvabilitas, Pertumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap hasil dari penelitian dapat berguna tidak hanya untuk penulis, tapi juga berguna untuk pihak lain. Adapun manfaat dari hasil penelitian yang diharapkan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan pemahaman tentang Profitabilitas dan hasilnya dapat memperkaya pengetahuan yang berhubungan dengan ilmu akuntansi khususnya mengenai profitabilitas terutama pada sektor industri barang konsumsi tahun 2016-2021. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan pertimbangan peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, penulis dapat menambah wawasan dalam penelitian dan pengetahuan khususnya tentang Solvabilitas, Petumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas.

b. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris dan memberikan informasi tentang Solvabilitas, Petumbuhan Penjualan dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas. Sehingga para investor dapat mengambil keputusan yang tepat dalam berinvestasi.

c. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang kajian yang sama.