

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bertambahnya keinginan manusia akan produk kecantikan bisa ditunjukkan dari tingginya pertumbuhan penjualan. Kosmetika adalah salah satu industri yang pertumbuhannya sangat pesat karena mengalami kenaikan sebesar 209% atau empat kali lipat dari tahun 2017. Salah satu faktor pendorong pertumbuhan tersebut karena adanya permintaan tinggi dari pasar domestik maupun ekspor didukung dengan aktivitas semua orang yang mengedepankan produk kecantikan sebagai kebutuhan primer. Sekarang ini target utama dari produk kosmetik ini adalah wanita di mana produk kosmetik sudah menjadi kebutuhan primer. Selain itu, saat ini produk kosmetik mulai berkembang dan menginovasikan produk khusus pria serta anak kecil.

Pada tahun 2017, Menteri perindustrian mencatat bahwa industri kosmetika di Indonesia mengalami peningkatan > 760 perusahaan, dan 95 diantaranya ialah bidang industri kecil dan menengah (IKM) dan lainnya industri skala besar (Kemenperin.go.id). Oleh karena itu, terdapat tuntutan setiap perusahaan kosmetik untuk meningkatkan produksi setiap tahun guna mencapai target yang ditentukan serta memenuhi permintaan pasar.

Berbagai strategi akan dimiliki oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan pemasaran dan mampu menarik perhatian masyarakat. Kemampuan pengelolaan manajemen yang baik akan memperoleh profit yang besar serta profitabilitas perusahaan akan meningkat seiring banyaknya produk yang terjual.

Seperti yang dikemukakan oleh Don Hofstrand (2009) yaitu *“Profitability is the main goal of all businesses. A business if it has no profitability wouldn't last in the long run. Currently in measuring profitability one has to look at the past to project the future. Measuring Profitability using income and expenses. For example, if we want to produce and sell crops and livestock, then we will get income. However, the incoming funds are obtained from loans, it will not create income. To generate funds in running a business or buying assets, transaction activities can be carried out between the business owner and the lender”*. Berarti tujuan pertama dari perusahaan adalah profitabilitas. Jika tidak terdapat profitabilitas maka semua bisnis tidak akan bertahan lama. Profitabilitas sangat penting untuk memproyeksikan masa depan. Pendapatan serta pengeluaran dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas. Misalkan, memproduksi serta menjual tanaman dan ternak maka yang didapat adalah pendapatan. Akan tetapi jika melakukan pinjaman uang pada bisnis maka tidak akan mendapatkan pemasukan. Menurut Don Hofstrand (2009), tujuan dari pembayaran langsung bagi pemilik bisnis dengan pemberi pinjaman adalah memperoleh dana yang digunakan untuk membeli aset maupun mengoperasikan usaha.

Pengambilan keuntungan investasi akan diperoleh dari pertumbuhan perusahaan yang memiliki sudut pandang baik. Profitabilitas sebuah perusahaan akan meningkat seiring dengan banyaknya produk terjual. Apabila suatu perusahaan mendapatkan hasil penjualan serta operasi yang tinggi, maka akan menjadi pusat perhatian bagi pihak luar (kreditor). Setelah mendapat kepercayaan bagi pihak luar, dapat menambah proporsi hutang daripada modal pribadi. Karena kreditor akan meyakini bahwa biaya telah ditanam pada

perusahaan akan dibalikkan dengan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Pemenuhan dana didapat dari dana eksternal melalui hutang.

Profitabilitas salah satunya dipengaruhi oleh *leverage* karena dapat menambah laba dengan cara penambahan modal. Agus Sartono (2010, 257) menyatakan “*Leverage* memiliki tujuan untuk meningkatkan keuntungan potensi pemegang saham dengan cara menggunakan asset serta sumber dana dari perusahaan yang memiliki biaya tetap”. Namun, tingkat solvabilitas akan turun apabila banyaknya hutang yang digunakan dibanding dengan modal pribadi, hal tersebut terjadi karena beriringan dengan tingginya beban bunga yang harus ditanggung. Jika proporsi *leverage* tidak diperhatikan oleh perusahaan, maka profitabilitas akan menurun.

Penelitian ini mengambil pandangan dari penelitian Elfianto Nugroho (2011) dengan judul “Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2018)”. Disimpulkan jika variabel likuiditas menghasilkan pengaruh positif tidak relevan terhadap profitabilitas berkebalikan dengan variabel pertumbuhan penjualan, perputaran modal kerja serta ukuran perusahaan berdampak relevan baik terhadap profitabilitas, sebaliknya dengan variable leverage. Dari pernyataan diatas, yang mempengaruhi tingkat profitabilitas adalah perubahan modal kerja, ukuran perusahaan dan *leverage*.

Digunakan metode ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan. ROA menjadi pembanding terpenting diantara rasio rentabilitas yang ada. Rasio ini banyak dimanfaatkan untuk kegiatan evaluasi unit usaha perusahaan multidivisional oleh top management.

Dari uraian diatas, penulis berkeinginan untuk melakukan riset dengan judul “PENGARUH *LEVERAGE*, DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN”. (Studi pada perusahaan kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2012-2018).

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *leverage* akan berdampak signifikan pada profitabilitas (*Return On Asset*) perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di BEI ?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (*Return On Asset*) perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh secara bersama terhadap profitabilitas perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan peralatan rumah tangga yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penulisan

Diperoleh beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui serta menganalisis apakah terdapat pengaruh signifikan pada *leverage* terhadap profitabilitas perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *leverage* dan pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan.

1.4 Manfaat Penulisan

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan serta tambahan ilmu mengenai pengaruh *leverage* dan pertumbuhan penjualan pada profitabilitas serta dijadikan referensi yang sepadan dengan teori yang telah dipelajari selama kuliah yang berkaitan dengan ilmu pengetahuan ekonomi.

1. Aspek Praktis

- a. Perusahaan

Diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai pertimbangan ketika mengambil keputusan pada sebuah perusahaan yang berhubungan profitabilitas serta sebagai informasi ekstensi khusus bidang keuangan untuk menilai hasil operasi dan kebijakan pendanaan perusahaan.

- b. Investor

Hasil dari riset ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi investor yang akan berinvestasi di Bursa Efek Indonesia.