

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Semakin majunya perkembangan perdagangan saat ini perusahaan dituntut untuk lebih cermat dalam persaingan bisnis. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, mengembangkannya, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing. Jika perusahaan ingin tetap eksis dalam persaingan, maka perusahaan harus memperhatikan salah satu fungsi pokoknya yaitu pemasaran. Perusahaan dituntut untuk berinovasi dari segi teknologi, produksi, SDM maupun strategi yang diterapkan perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dalam era perdagangan bebas ini setiap perusahaan akan menghadapi persaingan ketat dengan perusahaan lain baik lokal maupun internasional. Hal tersebut dilakukan perusahaan-perusahaan tidak lepas dari keinginan konsumen yang selalu menginginkan untuk memperoleh barang-barang dengan kualitas baik, sehingga perusahaan-perusahaan yang ada sekarang ini harus mempunyai keunggulan daya saing bagi setiap produk-produknya. Perusahaan harus menciptakan strategi baru dan berinovasi semaksimal mungkin agar pasar yang telah dibentuk tidak diambil oleh pihak pesaing.

Seiring dengan keunggulan yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan memerlukan investasi besar untuk mewujudkannya dengan kebutuhan dana yang semakin besar pula. Bagian terpenting dari dunia usaha adalah pendanaan, yang

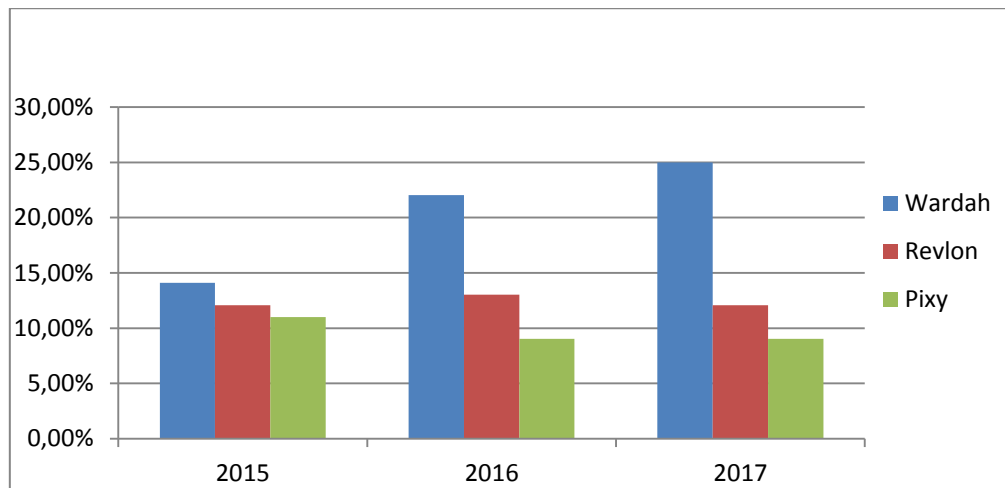
mana bagian ini berkaitan dengan berbagai pihak, seperti kreditur, pemegang saham, serta pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Dalam konteks manajemen keuangan, salah satu fungsi manajemen keuangan adalah fungsi mendapatkan dana yang menyangkut keputusan pembelanjaan atau pendanaan (Sugiarto, 2009). Permasalahan yang muncul dalam pendanaan adalah seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dana dalam kegiatan operasi perusahaan dan mengembangkan usahanya. Perusahaan akan mempertimbangkan mengenai keputusan pendanaan yang akan digunakan baik dari sumber internal maupun eksternal. Perusahaan yang mengutamakan pemenuhan dananya dari dalam perusahaan akan mengurangi ketergantungan pada pihak luar dan hanya menggunakan modal asing apabila dana yang diperlukan kurang mencukupi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan penggunaan sumber dananya, karena setiap sumber dana memiliki biaya modal yang berbeda dan tingkat resiko yang berbeda pula. Keputusan pendanaan merupakan keputusan mengenai seberapa besar tingkat penggunaan pinjaman jangka panjang dibanding dengan modal sendiri dengan membiayai investasi perusahaan. Keputusan pendanaan ini bertujuan untuk menentukan tingkat struktur modal yang optimal, yaitu bauran pinjaman jangka panjang dan modal sendiri yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

Salah satu industri yang sedang berkembang saat ini ialah industri kosmetik. Persaingan antar pasar industri kosmetik semakin kompetitif. Hal ini terbukti dengan banyaknya kosmetik yang beredar baik produksi dalam negeri maupun produksi luar negeri. Banyaknya produk kosmetik di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Pembelian suatu produk kosmetik bukan lagi untuk memenuhi keinginan saja, melainkan karena kosmetik adalah sebuah kebutuhan. Penggunaan kosmetik di Indonesia tergolong berkembang pesat. Hal ini terbukti dari semakin meningkatnya konsumsi kosmetik setiap tahunnya. Hal ini dapat diperkuat oleh perubahan gaya hidup masyarakat saat ini. Industri kosmetik nasional mengalami kenaikan pertumbuhan 20% atau empat kali lipat

dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017. Kenaikan pertumbuhan hingga double digit ini didorong permintaan besar dari pasar domestik dan ekspor seiring tren masyarakat yang mulai memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utama. Industri kosmetik di dalam negeri bertambah sebanyak 153 perusahaan pada tahun 2017, sehingga saat ini jumlahnya mencapai lebih dari 760 perusahaan. Dari total tersebut, sebanyak 95% industri kosmetik nasional merupakan sektor industri kecil dan menengah (IKM) dan sisanya industri skala besar. Dari industri yang skala menengah dan besar, beberapa sudah mampu mengekspor produknya ke luar negeri seperti ke ASEAN, Afrika, TimurTengah. Pada 2017, nilai ekspor prodk kosmetik nasional mampu mencapai USD516,99 juta, naik dibandingkan tahun 2016 sebesar USD470,30 juta. (Kemenprin, 2018).

PT Paragon Technology and Innovation adalah salah satu perusahaan yang memproduksi kosmetik. Salah satu brand milik PTI adalah wardah. Wardah merupakan produk kosmetik yang banyak disukai oleh wanita Indonesia saat ini. Produk Wardah merupakan produk kecantikan yang mengutamakan kehalalan dalam pembuatan produknya dan telah memperoleh sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Industri kosmetik halal menunjukkan perkembangan potensi yang cukup signifikan selama 2018. Direktur PT Paragon Technology Innovation (Wardah), Nurhayati Subakat mengatakan ia tidak memiliki data pertumbuhan kosmetik halal secara total di tanah air. Namun pertumbuhan di Wardah mencapai 30 persen pada 2018. Tapi jika melihat data penjualan kuartal tiga industri kosmetik yang sudah go public dan sudah mendapat sertifikat halal, ada yang turun. Peningkatan penjualan Wardah, menurutnya karena kualitas yang terjaga, serta terus berinovasi. Faktor kampanye halal juga menjadi salah satu penguat dalam merebut pangsa pasar. Pada tahun 2018, Wardah masih menasar ekspor ke Malaysia. Jumlahnya terus meningkat dari tahun 2017. Tahun 2019, Wardah menargetkan memperbesar pangsa pasar Indonesia di semua kategori kosmetik. Saat ini Wardah baru nomor satu di kategori Make Up

dan Moisturizer. Untuk jangka panjang, Wardah menargetkan nomor satu di semua kategori (Alamsyah, 2019). Berdasarkan Top Brand Award, dari tahun 2015 hingga 2017 produk lipstik dari merek Wardah selalu menduduki peringkat pertama dan tidak pernah digantikan oleh merek lainnya.



**Gambar 1.1. Grafik Persentase Top Brand Index Kategori Produk Lipstik di Indonesia**

Sumber: *Top Brand Award* (2015, 2016, 2017)

Gambar 1.1. menunjukkan bahwa Top Brand Index pada kategori lipstik di tahun 2015 memiliki tiga besar merek yang memperoleh predikat TOP yaitu Wardah pada posisi pertama dengan persentase 14,9%, Revlon pada posisi kedua dengan persentase 12,8 % dan Pixy pada posisi ketiga dengan persentase 11,0%. Lalu di tahun 2016 pada kategori lipstik hanya memiliki dua merek yang meraih predikat TOP yaitu Wardah pada posisi pertama dengan peningkatan persentase yaitu 22,3% dan Revlon pada posisi kedua dengan persentase sebesar 13,3% dan pada posisi ketiga yaitu Pixy tidak memperoleh predikat TOP karena persentasenya kurang dari 10,00% dan hanya memiliki persentase sebesar 9,3% turun dari tahun sebelumnya. Di tahun 2017 kembali Wardah sebagai posisi pertama dengan persentase 25,0% dan Revlon di posisi kedua dengan persentase 12,7 % dan Pixy pada posisi ketiga namun tidak memperoleh predikat TOP karena persentasenya kurang dari 10,00%.

Perusahaan memiliki keberlangsungan hidup jangka panjang dan kesuksesan yang umumnya dianggap sebagai prasyarat penting untuk perusahaan yang disebut profitabilitas. Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan untuk mewujudkan suatu keuntungan bagi perusahaan atau merupakan suatu pengukuran akan efektivitas pengelolaan perusahaan dalam mengelola manajemennya (Wiagustini, 2010). Dengan kata lain profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (Riyanto, 2011). Profitabilitas berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja, inovasi, dan perubahan teknologi. Namun, karena persaingan yang semakin ketat, peningkatan efisiensi, dan tekanan harga, perusahaan mengalami kesulitan yang lebih besar untuk mencapai profitabilitas yang dibutuhkan (Yazdanfar, 2013). Profitabilitas mempunyai arti penting bagi perusahaan karena merupakan salah satu dasar untuk penilaian kondisi suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan yang dilihat dari kemampuan perusahaan menghasilkan *profit*. Kemampuan perusahaan memperoleh *profit* ini menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang baik atau tidak dimasa yang akan datang. Barus (2009) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah *curren ratio (CR)*, *total assets turnover (TATO)*, *debt to equity ratio (DER)*, *debt ratio (DR)*, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Salah satu rasio profitabilitas adalah *Return On Assets (ROA)*. *ROA* digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan bersih atau laba setelah pajak. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan kepada pemerintah, sebaliknya jika terjadi penurunan laba yang cukup signifikan akan memperlihatkan bahwa kinerja manajemen kurang memuaskan.

Penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaan (Andrayani, 2013). Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu

(Kennedy dkk., 2013). Pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang strategis bagi perusahaan karena pertumbuhan penjualan ditandai dengan peningkatan *market share* yang akan berdampak pada peningkatan penjualan dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas dari perusahaan (Pagano dan Schivardi, 2003).

Pengukuran profitabilitas dilakukan dengan menggunakan berbagai alat ukur dengan kinerjanya yang berbeda-beda antara satu penelitian dengan penelitian lainnya (Hafsah dan Sari, 2015). Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau asset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan. Besar kecilnya profitabilitas perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan yang menurut (Harahap, 2008) dilihat dari jumlah karyawan dan banyaknya cabang perusahaan. Rasio profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keuntungan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah struktur modal. Menurut (Harjito, 2011) mengatakan bahwa struktur modal (*capital structure*) adalah pembelanjaan permanen yang mencerminkan pertimbangan atau perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Struktur modal menunjukkan penggunaan hutang untuk membiayai investasinya, sehingga dengan mengetahui struktur modal, investor dapat mengetahui keseimbangan antara risiko dan tingkat pengembalian investasinya. Keputusan mengenai struktur modal sangat penting untuk setiap organisasi bisnis. Menurut (Margaretha, 2010), salah satu keputusan penting yang dihadapi manajer keuangan dalam kaitannya dengan kegiatan operasional perusahaan adalah keputusan pendanaan. Oleh karena itu, manajer keuangan perusahaan harus berhati-hati dalam menetapkan struktur modal yang diharapkan perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dan lebih unggul dalam menghadapi persaingan. Keputusan struktur modal yang buruk akan menimbulkan biaya modal yang tinggi, sebaliknya keputusan keuangan yang efektif akan dapat merendahkan

biaya modal yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain ditunjang oleh pemenuhan modal kerja yang tepat, agar perusahaan dapat berkembang dengan baik, pengelolaan yang efektif dan efisien serta produktif pun akan sangat berpengaruh pada kinerja perusahaan. Bagi pihak manajemen perusahaan, penilaian kinerja akan sangat mempengaruhi dalam penyusunan rencana usaha perusahaan yang akan diambil untuk masa yang akan datang demi kelangsungan hidup perusahaan. Struktur modal yang kurang sehat ditandai oleh terlalu besarnya jumlah pinjaman dari pihak ketiga untuk menandai kegiatan bisnis (Sutojo, *et-all*2004). Dengan demikian perusahaan harus menjaga besaran jumlah pinjaman jangka panjangnya yang dapat mempengaruhi baik buruknya struktur modal. Perusahaan yang memiliki *DER* (*debt to equity ratio*) lebih dari satu menandakan perusahaan tersebut memiliki risiko, semakin besar *debt to equity ratio*, maka semakin besar pula risiko yang dimiliki perusahaan tersebut. Hal ini menyebabkan para investor tidak berminat pada perusahaan yang memiliki risiko. Dalam mewujudkan struktur modal yang optimal, manajemen keuangan harus mempertimbangkan banyak hal yang mempengaruhi struktur modal. Struktur modal banyak dipengaruhi oleh berbagai macam factor. Menurut para ahli (Houston dan Brigham, 2006) faktor yang mempengaruhi struktur modal adalah stabilitas penjualan, struktur aktiva, *leverage* operasi, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, pajak, pengendalian, sikap manajemen, sikap pemberi pinjaman, kondisi pasar, kondisi internal perusahaan, fleksibilitas keuangan.

Perusahaan dengan pertumbuhan yang tinggi tentunya memerlukan dana yang tidak sedikit untuk membiayai aktivitas operasional perusahaannya. Kebutuhan dana tersebut dapat dipenuhi salah satunya dari sumber dana eksternal perusahaan, yaitu dengan hutang. *Leverage* adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi profitabilitas karena *leverage* bisa digunakan perusahaan untuk meningkatkan modal perusahaan dalam rangka meningkatkan keuntungan (Singapurwoko, 2011). *Leverage* adalah penggunaan aset dan

sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sartono, 2010). Penggunaan hutang dalam kegiatan pendanaan perusahaan tidak hanya memberikan dampak yang baik bagi perusahaan. Jika proporsi *leverage* tidak diperhatikan perusahaan hal tersebut akan menyebabkan turunnya profitabilitas karena penggunaan hutang menimbulkan beban bunga yang bersifat tetap. Perusahaan yang relatif besar cenderung akan menggunakan dana eksternal yang besar pula karena dana yang dibutuhkan semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan (Ba-Abbad & Zaluki, 2012). *Leverage* merupakan nama lain dari rasio utang. Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan untuk menutupi kewajiban dalam bentuk utang terhadap modal yang dimiliki perusahaan. (Brigham dan Houston, 2001) menyatakan bahwa *leverage* merupakan alternatif yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba.

Beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya dilakukan oleh Sukmayanti & Triaryati (2019) terkait Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas, menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas. Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian Gunde, Murni & Rogi (2017) tentang Pengaruh *Leverage* terhadap Profitabilitas menunjukkan bahwa (*Leverage* yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* dan *Debt to Equity Ratio*) secara simultan *Debt to Asset Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas. Secara parsial adanya pengaruh yang signifikan dari *Debt to Asset Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* terhadap Profitabilitas.

Penelitian Sukadana & Triaryati (2018) terkait pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Profitabilitas, menunjukkan bahwa semakin



meningkatnya penjualan dan ukuran perusahaan dan menurunnya nilai *leverage* maka profitabilitas akan semakin meningkat. Pertumbuhan penjualan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. *Leverage* secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian Retnowati (2015) terkait Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas menunjukkan bahwa (Struktur modal direpresentasikan dengan *Long-term Debt to Asset Ratio* ((*LDAR*), *Debt to Asset Ratio* (*DAR*), *Debt to Equity Ratio* (*DER*) dan Profitabilitas diukur dengan *Return on Equity* (*ROE*)) bahwa *LDAR* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *ROE*, sedangkan *DAR* dan *DER* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *ROE*.

Hasil penelitian Badjra (2015) tentang Pengaruh *Leverage*, Pertumbuhan Penjualan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Dari berbagai penelitian yang dilakukan sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas antara lain struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, *leverage* dan lain sebagainya. Variabel yang dipilih dalam penelitian ini adalah struktur modal dan *leverage*. Alasan pemilihan variabel ini karena variabel yang tersebut dapat dilakukan perhitungan secara kuantitatif berdasarkan laporan keuangan perusahaan. Perbedaannya terletak pada jumlah dan jenis sampel penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2013-2017).

Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor kosmetik karena saat ini kosmetik menjadi salah satu kebutuhan primer bagi setiap orang baik kaum wanita maupun pria. Semakin banyak perusahaan dengan berbagai macam produk dan merek menjadi salah satu bukti perkembangan industri kosmetik saat ini. Hal ini menjadi gambaran peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan laba yang maksimal. Oleh karena itu, diambil judul penelitian “Pengaruh Struktur Modal dan *Leverage* terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2013-2017”.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap Profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?
3. Apakah Struktur modal dan *Leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017?

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah pada objek yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempublikasikan laporan keuangannya secara lengkap selama 5 periode berturut-turut yaitu per 31 Desember 2013-2017.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan masalah-masalah yang dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
2. Menguji pengaruh *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.
3. Menguji pengaruh struktur modal dan *leverage* secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Manfaat Praktis**

1. Bagi perusahaan (emiten), dapat memberikan informasi kepada perusahaan manufaktur sektor kosmetik sebagai masukan yang dijadikan tolak ukur dalam penyusunan suatu profitabilitas, dapat memahami faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas. Dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. Bagi pihak manajemen perusahaan, dapat memberikan kontribusi pengambilan kebijakan profitabilitas yang optimal dalam rangka memaksimalkan pertumbuhan perusahaan dan kesejahteraan investor.
3. Bagi Investor, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan yang akan ditanamkan dananya dengan melihat profitabilitas.

### **1.5.2. Manfaat Teoritis**

1. Bagi Akademisi, sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai pengaruh struktur modal, *leveraget* terhadap profitabilitas. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, dapat menjadikan perbandingan bagi penelitian-penelitian lain yang serupa sehingga dapat menunjukkan bagaimana kelemahan dan kelebihan antara penelitian ini dengan penelitian yang lain sehingga pengembangan penelitian dapat lebih bervariasi.