

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Untuk mencapai profitabilitas setiap perusahaan akan melakukan berbagai aktivitas selama periode tertentu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama pada tingkat penjualan, aset perusahaan dan modal saham tertentu. Profitabilitas adalah kemampuan menghasilkan laba (*profit*) selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva yang produktif atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri (Van Horn dan Wachowicz, 1997). Sedangkan, menurut Sartono (2001), profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total aktiva produktif maupun modal sendiri. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan berarti tinggi pula efisiensi penggunaan modal yang digunakan oleh perusahaan tersebut. Maka setiap perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut akan lebih terjamin. Bastian (2006) menyatakan bahwa, modal merupakan bagian hak pemilik berupa barang-barang yang kongkrit yang masih ada dalam perusahaan yang terdapat di neraca sebelah debit maupun nilai tukar dari barang-barang yang tercatat di sebelah kredit.

Umur perusahaan disinyalir merupakan faktor yang juga dapat mempengaruhi *return*. Umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk tetap eksis dan mampu bersaing dalam dunia usaha. Menurut Widiastuti (2002) dalam Rahmawati (2010:187) mengemukakan bahwa perusahaan yang berumur lebih tua memiliki pengalaman lebih banyak sehingga akan lebih mengetahui kebutuhan konstituennya akan informasi tentang perusahaan. Dengan demikian, perusahaan yang lebih tua akan mengungkapkan lebih banyak informasi termasuk pengalaman dan intuisi.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi profitabilitas (*return*). Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Rachmawati dan Hanung, 2007). Namun, ukuran perusahaan mempunyai nilai negatif dan signifikan oleh Sialagan dan Mas'ud (2006). Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Ulum (2009:207) mengemukakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin banyak ia akan mengungkapkan informasi di dalam laporan tahunannya, baik informasi keuangan maupun non-keuangan baik *mandatory* maupun *voluntary*. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan (Ferry dan Jones (dalam Sujianto, 2001). Penelitian yang dilakukan oleh Merti Sri Devi (2005) menemukan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Net Profit Margin* dan *Firm Size* (ukuran perusahaan) berpengaruh positif signifikan

terhadap profitabilitas. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Alfa Dera Sumantri (2012) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA (*Return On Asset*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006-2010.

Industri barang konsumsi dipilih karena memiliki potensi dalam mengembangkan produknya lebih cepat dengan melakukan inovasi-inovasi yang cenderung mempunyai pangsa pasar yang lebih luas dibandingkan sektor industri lainnya. Hal ini ditopang dari tingginya tingkat konsumsi masyarakat seiring meningkatnya pendapatan kelas menengah dan perubahan gaya hidup masyarakat. Industri barang konsumsi terdiri dari 5 sub sektor yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang rumah tangga, dan sub sektor peralatan rumah tangga.

Berdasarkan www.bps.go.id, sektor industri barang konsumsi merupakan penopang dalam perusahaan manufaktur. Alasannya adalah industri barang konsumsi memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan sektor industri aneka industri dan sektor industri dasar dan kimia. Tidak heran sejak awal masuknya, *retailer-retailer* dengan konsep *minimarket* belakangan ini tumbuh pesat. Sebut saja, Alfamart yang beroperasi di bawah Alfa Retailindo bisa dengan cepat menyusul kesuksesan *retailer* besar, seperti Carrefour.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Yang mana judul dari penelitian ini adalah **Pengaruh Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap ROA dan ROE pada Industri Barang Konsumsi Tahun 2014-2015.**

1.2. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang akan dibatasi oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yang digunakan adalah umur perusahaan dan ukuran perusahaan sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE).
2. Objek dalam penelitian ini adalah industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Tahun objek penelitian yang digunakan adalah tahun 2014-2015.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap ROA dan ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan secara parsial terhadap ROA pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan secara parsial terhadap ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

4. Dari variabel umur perusahaan dan ukuran perusahaan, variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap ROA dan ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan secara simultan terhadap ROA dan ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan secara parsial terhadap ROA pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan secara parsial terhadap ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap ROA dan ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara variabel umur perusahaan dan ukuran perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dengan adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan evaluasi dan koreksi manajemen perusahaan untuk perencanaan jangka panjang.
2. Sebagai bahan pertimbangan untuk para investor sebelum melakukan investasi di industri barang konsumsi.
3. Sebagai bahan informasi kepada mahasiswa dalam upaya untuk mengetahui pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap ROA dan ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Sebagai referensi untuk peneliti lain yang akan meneliti tentang pengaruh umur perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap ROA dan ROE pada industri barang konsumsi tahun 2014-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui keseluruhan isi skripsi, peneliti memberikan sistematika penulisan yang menjelaskan secara singkat isi skripsi dari setiap bab.

Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi. Isi dari bab pendahuluan ini merupakan pengembangan yang dikemukakan dalam usulan penelitian setelah disesuaikan dengan berbagai kondisi pada obyek penelitian.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teori memuat tinjauan teori yang relevan dengan penelitian yang dilakukan dan hipotesis. Landasan teori pada dasarnya merupakan penjabaran dari kerangka teoritis yang terdapat pada usulan penelitian dan memuat materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan yang dimunculkan. Sebagai catatan, bahwa kutipan-kutipan yang disertakan pada naskah skripsi sedapat mungkin mengacu pada sumber aslinya.

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian, terdapat uraian terperinci tentang jenis penelitian, definisi operasional variabel penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian serta teknik analisis data. Metode penelitian merupakan acuan dalam melakukan pembahasan penelitian.

BAB IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Gambaran umum perusahaan berisi tentang pembahasan profil atau gambaran perusahaan yang digunakan dalam penelitian.

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan yang bersifat terpadu dari semua variabel dan sampel yang digunakan.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini memuat simpulan yang langsung diturunkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya dan menjawab pertanyaan yang diajukan pada bagian rumusan masalah. Memuat pula saran yang merupakan implikasi kebijakan yang dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan peneliti atas dasar teori dan ditujukan kepada instansi atau para peneliti selanjutnya.