

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan Manufaktur saat ini dituntut untuk selalu meningkatkan dan melakukan pembaruan dengan teknologi yang canggih agar dapat bersaing di pasaran global. Dengan hal itu, perusahaan dapat mengikuti serta memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah-ubah. Salah satu industri yang mengalami perkembangan ialah perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Produk yang dihasilkan kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki permintaan yang tinggi dengan pertumbuhan hingga 20% (KEMENPERIN, 2018). Berbagai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang berdiri pada sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah tidak asing dan dikonsumsi rutin oleh masyarakat.

Manufacturing firm atau yang biasa dikenal dengan perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang berkegiatan mengolah bahan mentah menjadi produk jadi yang mempunyai nilai dari proses pembuatannya dan dapat dipasarkan (Irfan, 2008). Jumlah penduduk Indonesia sebesar 272.229.372 jiwa yang tercatat pada Data Kependudukan di Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, sehingga hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar yang dapat menjanjikan bagi perusahaan manufaktur pada sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Berikut ini disajikan gambaran jumlah penduduk Indonesia yang tercatat pada (KEMENDAGRI, 2021).

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Indonesia pada DUKCAPIL KEMENDAGRI



Sumber : dukcapil.kemendagri.go.id

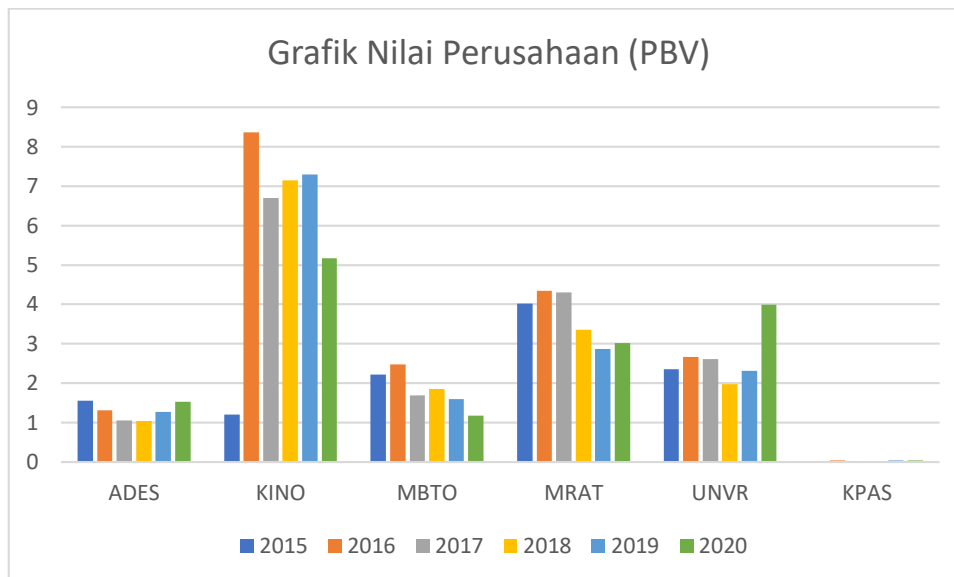
Hal ini dapat menjadikan Indonesia sebagai wadah pangsa pasar dengan mendorong perusahaan subsektor kosmetik untuk terus mengembangkan produk dan meningkatkan produksi. Menurut (Pelaku Bisnis .com, 2020), wanita menjadi incaran utama perusahaan subsektor kosmetik, namun belakangan ini perusahaan subsektor kosmetik tidak hanya membidik wanita, perusahaan di subsektor kosmetik melakukan inovasi produk yang didesain untuk pria.

Berdasarkan (Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2015 Tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik, 2015), kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk

digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital bagian luar, atau gigi dan membran mukosa mulut, terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, dan/atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Mulai dari sabun mandi, sampo, pensil alis, krim pencerah kulit, tonik rambut, hingga pasta gigi banyak digunakan dalam keseharian manusia dan berperan penting, baik pria maupun wanita.

Banyaknya peminat kosmetik di Indonesia, perusahaan manufaktur subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga memiliki keunggulan masing-masing untuk mempertahankan eksistensinya. Untuk dapat bersaing antar perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar tersebut. Dalam melihat potensi suatu perusahaan kita dapat melihatnya dengan besarnya nilai perusahaan tersebut dari waktu ke waktu. Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari perusahaan (Anggraini, 2013). Hal ini dikarenakan nilai perusahaan mencerminkan baik buruknya manajemen dalam mengelola asetnya. Nilai perusahaan penting bagi investor untuk mengevaluasi perusahaan secara keseluruhan dan merupakan indikator pasar. Berikut ini adalah grafik dari nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga.

Gambar 1.2 Grafik Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020



Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan dengan grafik di atas dapat disimpulkan bahwa Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya pada masing-masing perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada ketidakstabilan nilai perusahaan setiap tahunnya pada PT Cottonindo Ariesta (KPAS). Di tahun 2015 KPAS memiliki PBV sebesar 0,0029 dan dilanjutkan pada tahun berikutnya yang terus memiliki nilai perusahaan dibawah 1. Hal ini dapat dikatakan bahwa PT Cottonindo Ariesta (KPAS) tidak mampu menciptakan nilai bagi para investor. Hal ini sejalan dengan penelitian (Fitri Prasetyorini, 2013) yang mengatakan bahwa nilai rasio kurang dari 1 berarti perusahaan tidak dapat menciptakan nilai bagi pemegang sahamnya. Sehingga dalam hal ini nilai saham perusahaan tersebut akan dihargai rendah (*undervalue*).

Dalam nilai perusahaan, profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Menurut (Syamsudin, 2013) Profitabilitas sangat penting bagi suatu perusahaan, hal ini dikarenakan untuk dapat tetap bertahan konstan suatu perusahaan harus dalam keadaan yang menguntungkan/*profitable*. Jika suatu perusahaan tidak memiliki keuntungan tentunya perusahaan tersebut tidak dapat membiayai operasional perusahaan dan tidak dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Hal ini juga terjadi pada profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets* (ROA) pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 yang mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya pada masing-masing perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR) yang mengalami puncak nilai profitabilitas pada tahun 2015 sebesar 50,5 persen dan mengalami penurunan pada tahun-tahun berikutnya.

Besar kecilnya profitabilitas suatu perusahaan tentunya memiliki pengaruh yang besar terhadap perusahaan itu. Jika profitabilitas tinggi, calon investor akan memutuskan untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Namun, jika profitabilitas perusahaan rendah, calon investor tidak akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut karena takut mengalami kerugian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Obaidi, 2019) dan (Suryani et al., 2021) yang menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dan memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Likuiditas yang tinggi mempengaruhi investasi investor pada perusahaan. Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan sehingga likuiditas memiliki peran yang sangat penting karena dia mampu memainkan peranan dalam kesuksesan perusahaan (Putra & Lestari, 2016). Pada Perusahaan likuiditas yang baik akan dianggap oleh investor memiliki kinerja yang baik (Putra & Lestari, 2016).

Likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya pada masing-masing perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan Mustika Ratu Tbk (MRAT) yang angka likuiditasnya mengalami naik turun. Likuiditas tertinggi terjadi pada tahun 2016 yaitu sebesar 3,91 persen. Sedangkan likuiditas terendah terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 2,20 persen. Dengan ini perusahaan Mustika Ratu Tbk (MRAT) ada dalam kondisi yang likuid, dimana perusahaan tersebut dapat membiayai utang jangka pendeknya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suryani et al., 2021) yang memberikan hasil bahwa ada dampak positif dan signifikan dari likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas dan likuiditas, *leverage* juga termasuk faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* ini diukur dengan menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Semakin kecil rasio solvabilitas, maka akan semakin baik bagi perusahaan. Karena beban perusahaan membayar kewajiban bunga atas utang perusahaan semakin sedikit.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki eksposur yang lebih besar terhadap risiko keuangan, tetapi juga memiliki potensi pendapatan yang lebih tinggi. Rasio solvabilitas memungkinkan pemilik perusahaan untuk mengevaluasi kemampuan manajemen untuk mengendalikan dana yang dipercayakan, termasuk aspek pembiayaan aset perusahaan.

Pada Perusahaan Kino Indonesia (KINO) *Debt to Equity Ratio* mengalami kenaikan dan penurunan nilai setiap tahunnya. Rasio tertinggi ada pada tahun 2015 dan rasio DER terendah ada pada tahun 2018 sebesar 0,03. Hal ini berarti perusahaan tersebut mampu membiayai utang jangka panjangnya. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rudangga & Sudiarta, 2016) yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ialah Rasio Aktivitas. Rasio aktivitas mengukur efisiensi penggunaan aset perusahaan yang diproksikan dengan *Total Asset Turnover* (TATO). Perputaran aset total atau *Total Asset Turnover* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas total aset perusahaan yang menghasilkan penjualan. Dengan kata lain, digunakan untuk mengukur berapa banyak penjualan yang dihasilkan dari setiap rupiah yang tertanam dalam total aset (Hery, 2017).

Pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR) mengalami nilai tertinggi untuk rasio aktivitas pada tahun 2016 dengan nilai *Total Asset Turnover* sebesar 2,39 yang kemudian turun pada tahun 2017 dan kembali mengalami kenaikan pada tahun 2018 dan 2019 dan naik kembali pada 2020.

Semakin tinggi *total asset turnover* maka semakin efektif aset perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan dan membuka kesempatan bagi investor untuk berinvestasi dan menyebabkan kenaikan harga saham pada suatu perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rinnaya et al., 2016) dan (Astutik, 2017) yang menunjukkan bahwa Rasio Aktivitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini didasarkan oleh fenomena pada dunia industri kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya. Alasan pemilihan perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga sebab produk dari perusahaan tersebut tetap dibutuhkan oleh berbagai kalangan dimana konsumennya selalu mempunyai persediaan dari produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan sektor industri manufaktur Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga.

Disisi lain perusahaan sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah tangga merupakan perusahaan yang menciptakan produk yang berkaitan dengan manusia dalam kehidupam sehari-harinya sehingga potensi untuk mengalami kerugiannya sangat kecil. Namun, secara kenyataannya perusahaan sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 6 tahun, yaitu 2015-2020 mengalami perubahan yang cukup besar dari tahun ke tahun.

Dalam hal kosmetik, Islam pada prinsipnya tidak melarang penggunaan kosmetik, bahkan seorang istri diharuskan mempercantik diri di hadapan suaminya. Selain tujuan pemakainya, kosmetik juga harus diperhatikan kehalalannya dalam Islam (Lesnida, 2021). Produk yang halal adalah poduk pangan, obat-obatan,

kosmetika dan hal lain yang pada saat dikonsumsi tidak mendapat siksa (dosa) Sedangkan produk haram merupakan produk pangan, obat-obatan, kosmetika dan hal lain yang jika dikonsumsi akan mendapatkan dosa dan siksa dari Allah SWT. Untuk menentukan halal atau tidaknya suatu produk, setidaknya perlu mempertimbangkan unsur bahan baik bahan baku, bahan tambahan, dan bahan penolong, serta proses pembuatannya. Jika semua unsurnya halal dalam proses pembuatannya serta tidak menggunakan media yang haram ataupun terkena najis yang tidak disucikan, maka produk tersebut dapat ditetapkan kehalalannya. Sebaliknya, jika produk tersebut mengandung komponen haram, atau bahan yang digunakan halal namun dalam proses pembuatannya menggunakan benda yang haram, terkena najis yang tidak disucikan, maka produk tersebut adalah produk yang haram (Hidayat & Siradj, 2015). Terkait dengan kehalalan suatu produk Allah menjelaskannya di dalam Al-Qur'an pada surah Al-A'raf 157 sebagai berikut:

يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُجِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبِيثَاتِ
وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ ۗ فَالَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ
وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: Dia menyuruh mereka pada yang makruf, mencegah dari yang mungkar, menghalalkan segala yang baik bagi mereka, mengharamkan segala yang buruk bagi mereka, dan membebaskan beban-beban serta belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Adapun orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya, dan mengikuti cahaya terang yang diturunkan bersamanya (Al-Qur'an), mereka itulah orang-orang beruntung.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, peneliti memilih judul penelitian **“Pengaruh *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020 dan Tinjauannya dalam Sudut Pandang Islam.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa variabel penelitian diantaranya menguji pengaruh gambaran *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Periode 2015-2020. Dengan demikian, dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Return On Assets* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020?
2. Apakah *Current Ratio* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020?

3. Apakah *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020?
4. Apakah *Total Asset Turnover* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020?
5. Apakah *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* secara bersama-sama dapat menjadi model yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020?
6. Bagaimana Pandangan Islam terhadap *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Total Asset Turnover* dan Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Return On Assets* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.

3. Untuk mengetahui pengaruh *Debt to Equity Ratio* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Total Asset Turnover* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.
5. Untuk mengetahui apakah *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.
6. Untuk mengetahui Pandangan Islam terhadap *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio*, *Total Asset Turnover* dan Nilai Perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi investor, peneliti selanjutnya, pengambil keputusan, dan pembaca dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Praktis

a. Manajemen Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini akan mengetahui letak kelemahan dan penggunaan pengetahuan dalam penggunaan *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* sebagai informasi yang berguna bagi pimpinan dan manajemen perusahaan untuk mengambil

keputusan di masa yang akan datang, sehingga perusahaan tujuan perusahaan dapat tercapai.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai alat ukur pertimbangan bagi para investor untuk menginvestasikan dananya, dan bermanfaat sebagai bahan masukan yang berguna bagi para investor.

2. Teoritis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi berbagai pihak yang ingin melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *Return On Assets*, *Current Ratio*, *Debt to Equity Ratio* dan *Total Asset Turnover* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2020.