

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bagi negara berkembang seperti Indonesia, industri non-migas termasuk industri yang sangat penting bagi perekonomian. Menurut Jostein (2018) setiap aktivitas ekonomi mendorong aktivitas ekonomi lainnya. Jadi, seperti halnya manufaktur merangsang penyediaan layanan, jasa juga merangsang produksi manufaktur, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa manufaktur memiliki "efek pengganda" yang lebih kuat daripada jasa. Michael, *et al* (2008) menjelaskan *standard of living* diukur dari aspek material ekonomi, di mana barang dan jasa yang di produksi dan tersedia untuk dibeli oleh orang pribadi, rumah tangga, dan negara. Secara umum *standar of living* dihitung dari PDB per kapita (PDB atas barang dan jasa yang di produksi dalam setahun dibagi populasi ). Sehingga untuk meningkatkan *living standard* atau kualitas hidup maka suatu negara harus dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Hal ini akan sulit dicapai jika suatu negara hanya mengandalkan sektor jasa. Besarnya peran penelitian dalam Industri manufaktur akan meningkatkan kemajuan, inovasi, produktivitas, ekspor, dan lapangan pekerjaan bagi *middle-to-lower-class income*.

Seiring dengan pertumbuhan tenaga kerja usia produktif yang kompetitif, biaya transportasi dan logistik, kemudahan mendapatkan kredit, adanya kawasan ekonomi khusus yang menawarkan insentif kemudahan administrasi, pelonggaran pajak, transparansi dan kemudahan perizinan yang diberikan oleh pemerintah,. Insentif dari pemerintah dan keuntungan mendirikan bisnis lainnya mendorong Indonesia menjadi salah satu negara tujuan sasaran investasi.

Laporan World Economic Forum (WEF) untuk tahun 2018, melaporkan bahwa Indonesia menyumbangkan 2,5% pertumbuhan ekonomi global di ASEAN hal ini menempatkan Indonesia pada urutan pertama dari negara ASEAN lain. Pada periode 2015-2018 Industri nonmigas diklasifikasi ke dalam 15 jenis lapangan usaha yang menjadi salah satu sektor penyumbang terbesar dalam PDB Indonesia. Dalam pertumbuhan perekonomian nasional, berdasarkan hasil data olahan

Kementerian Perindustrian, pada tahun 2017, Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia mengalami peningkatan yang didominasi oleh peningkatan dari sektor industri non-migas sebesar 20,16%. Sub sektor industri makanan dan minuman menyumbang kontribusi terbesar, yakni 9,23%. Pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017 berada 5,07% di bawah pencapaian peningkatan industri non-migas

Tabel 1.1 Pertumbuhan Industri Non-Migas di Indonesia

Lapangan usaha	Pertumbuhan Kumulatif (%)			
	2015	2016	2017	2018
Industri nonmigas	5,05	4,43	4,85	4,77
Industri Makanan dan Minuman	7,54	8,33	9,23	7,91
Industri Pengolahan Tembakau	6,24	1,58	-0,64	3,52
Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	-4,79	-0,09	3,83	8,73
Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	3,97	8,36	2,22	9,42
Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus dan Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya	-1,63	1,74	0,13	0,75
Industri Kertas dan Barang dari Kertas; Percetakan dan Reproduksi Media Rekaman	0,16	2,61	4,53	1,43

Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional	7,61	5,84	2,47	-1,42
Industri Karet, Barang dari Karet dan Plastik	5,04	-8,5	-0,86	6,92
Industri Barang Galian bukan Logam	6,21	5,4	5,87	2,75
Industri Logam Dasar	7,83	0,99	2,79	8,99
Industri Barang Logam; Komputer, Barang Elektronik, Optik; dan Peralatan Listrik	7,83	4,33	5,55	0,61
Industri Mesin dan Perlengkapan	7,58	5,55	3,68	9,49
Industri Alat Angkutan	2,4	3,68	3,68	4,24
Industri Furnitur	5,117	3,65	3,65	2,22
Industri Pengolahan Lainnya; Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	4,66	-1,68	-1,66	-0,83
Produk Domestik Bruto	4,88	5,03	5,07	5,17

Sumber : Analisis Perkembangan Industri 2019 Kemenperin

Untuk perusahaan yang melayani konsumen akhir, masa depan tiba lebih cepat dari yang dibayangkan, beberapa bulan yang belakangan, mempercepat tren digital yang telah mengubah perilaku konsumen. Pandemi COVID-19, misalnya, telah mempercepat laju perubahan perilaku di seluruh dunia dalam cara orang

menjalani hidup, cara bekerja, makan, berkomunikasi, bermain, dan belajar. Hal ini juga meluas ke pola konsumsi, di setiap kategori. .Seiring berkembangnya inovasi teknologi, sehingga memunculkan disrupsi yang dapat mengganggu bisnis, ritel, dan sektor konsumen, maka perusahaan dipaksa untuk melakukan *reinvetion* atau penemuan kembali yang melibatkan transformasi kompleks agar dapat bersaing dalam era terobosan teknologi. Dengan memahami faktor signifikan yang dapat membantu perusahaan untuk mempersiapkan perubahan, sehingga dapat menaklukkan disrupsi pasar (Maxwell & Eggleton, 2020). Beberapa faktor tersebut di antaranya :

a. Pergeseran demografis

Pengeluaran masyarakat kelas menengah global akan mencapai \$ 51 triliun atau 757.450 Juta triliun rupiah (kurs : 14.851,86) pada tahun 2030. Sementara itu, perusahaan ritel dan konsumen harus mencapai keseimbangan antara produk untuk populasi yang menua di beberapa negara dan populasi kaum muda yang berkembang di negara lain.



Gambar 1.1 Proyeksi Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Kelompok Usia (2015-2045)

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2018

Dari data proyeksi jumlah penduduk Indonesia untuk tahun (2015-2045) Indonesia akan mendapatkan bonus demografi dengan dominasi penduduk usia produktif. Perilaku konsumen terus berubah dengan cepat karena konsumen yang lebih muda semakin sadar kesehatan dan paham lingkungan.

b. Pergeseran kekuatan ekonomi

Pada tahun 2030, populasi Afrika diharapkan tumbuh sebesar 468 juta dan Asia sebesar 502 juta. Kedua benua diperkirakan mempengaruhi 88% dari perubahan bersih populasi global. Hampir setengah dari semua penjualan ritel akan terjadi di pasar negara berkembang. Empat kota teratas menurut persentase pertumbuhan penjualan ritel dalam 15 tahun ke depan adalah Shanghai, Lagos, Beijing, Jakarta, dan Bogota..

c. Terobosan teknologi

Pada tahun 2020, perangkat yang terhubung akan berlipat ganda secara global menjadi 50 miliar perangkat elektronik. Belanja *online* akan terus tumbuh. Generasi yang tumbuh besar dalam melesatnya perkembangan teknologi akan mengikuti *brand* favorit mereka di media sosial. Hal tersebut menyumbangkan lebih dari setengah dari semua pembeli, dan pelanggan masa depan lebih dari sekadar pelanggan-mereka akan berubah menjadi pembuat konten, pemasar, dan *brand ambassadors*.

Setelah perusahaan mengukur posisi terhadap tren yang dapat mempengaruhi bisnis, maka perusahaan manufaktur harus dapat kompetitif dalam persaingan bisnis, diperlukan strategi integratif dari manajemen yang mengombinasikan analisis, formulasi, dan implementasi agar bisnis dapat memiliki dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Rothaermel, 2020). Menggunakan data akuntansi untuk menilai keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan adalah praktik standar manajerial. Keunggulan kompetitif didefinisikan sebagai kinerja yang unggul relatif terhadap pesaing lain di industri yang sama atau rata-rata industri, manajer perusahaan harus mampu mencapai dua tugas penting:

1. Menilai kinerja perusahaan secara akurat.
2. Membandingkan dan menetapkan tolok ukur kinerja perusahaan dengan pesaing lain di bidang yang sama atau terhadap rata-rata industri.

Saat menilai keunggulan kompetitif kemudian manajemen dapat melakukan analisis profitabilitas perusahaan. Horton (2020) mendefinisikan pengertian dari profitabilitas adalah kemampuan bisnis untuk menghasilkan pengembalian investasi berdasarkan sumber dayanya dibandingkan dengan investasi alternatif, walaupun suatu perusahaan dapat merealisasikan keuntungan, tidak serta merta berarti perusahaan tersebut menguntungkan. Untuk menentukan nilai investasi suatu perusahaan, investor tidak dapat mengandalkan perhitungan laba saja. Umumnya, perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi akan lebih efisien, karena mereka menghasilkan persentase keuntungan yang lebih tinggi untuk setiap rupiah *input*.

Sebaliknya, analisis profitabilitas perusahaan diperlukan untuk memahami apakah perusahaan tersebut menggunakan sumber daya dan modalnya secara efisien. Dengan profitabilitas, maka dapat dilihat perusahaan dengan ukuran berbeda dan membandingkan tingkat keuntungan mereka dengan setara. Untuk perusahaan yang sahamnya diperjualbelikan di bursa efek, diwajibkan untuk merilis laporan keuangan tahunan dengan metrik yang sudah distandarisasi sesuai dengan standar IFRS (*International Financial Reporting Standard*) dan telah diaudit oleh akuntan publik bersertifikat. Sehingga laporan keuangan ini dapat dijadikan acuan untuk manajemen mengambil keputusan. Megginson, *et al.*, (2004) memaparkan dalam jurnalnya, bahwa adanya hubungan antara penggunaan aset perusahaan dengan pendapatan dan biaya. Sehingga, perusahaan yang profitabilitasnya tinggi mampu mengelola asetnya dengan efisien.

Membandingkan laba yang diperoleh perusahaan dengan total aset merupakan cara untuk mengukur profitabilitas perusahaan. Setiap perusahaan memiliki ketetapan dalam memperoleh modal operasional yang berasal dari pendanaan internal atau pendanaan dari eksternal perusahaan

Longnecker (2001) mengemukakan, bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) dapat dianalisis dengan menggunakan salah satu di antara total aset, total penjualan, rata-rata aset perusahaan, rata-rata dari total penjualan, atau kemampuan yang dimiliki sehingga mampu menyediakan layanan. Juga dikemukakan bahwa ukuran perusahaan sangat penting, ukuran perusahaan yang semakin besar berbanding lurus dengan reputasi baik perusahaan tersebut dalam masyarakat. Reputasi tersebut dapat dijadikan tolok ukur kemudahan untuk melakukan pembiayaan melalui utang yang digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan.

Untuk mendanai kegiatan operasional perusahaan yang tidak memiliki ketersediaan dana dapat mengikuti hierarki dalam memilih sumber pendanaan (*pecking order theory*) dengan memilih utang yang memiliki risiko paling rendah. Sejalan dengan *trade off theory*, penghematan pajak dapat diperoleh perusahaan yang memilih utang sebagai sumber pendanaannya, namun jika mencapai titik tertentu dan setelahnya, perusahaan akan mengalami *finacial distress* dan muncul biaya keagenan, sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan. Dalam analisisnya Fama (2000) mengemukakan bahwa penggunaan utang yang melebihi batas akan menimbulkan tekanan keuangan / *financial distress* sehingga risiko bangkrut akan ditanggung oleh perusahaan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang hubungan *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan, Qamar *et al.*, (2016) dalam jurnalnya menyimpulkan bahwa *leverage* perusahaan dengan ukuran kecil memiliki arah negatif terhadap profitabilitas, perusahaan dengan ukuran besar memiliki arah positif terhadap profitabilitas dalam hal melakukan *leverage* .

Dalam jurnal Kartikasari & Merianti, (2016), yang meneliti 600 data perusahaan terdaftar di BEI sektor manufaktur yang di bidang manufaktur periode tahun 2009 – 2014. Disimpulkan bahwa *debt ratio* memiliki hubungan positif dengan profitabilitas perusahaan, walaupun industri manufaktur memiliki rata-rata *debt ratio* 54%, perusahaan-perusahaan tersebut masih dapat mengatur utang dengan efisien untuk menghasilkan profit.

Anderson, *et al.* (2018) mengobservasi 609 data perusahaan yang bergerak dibidang konsultan manajemen di Swedia dalam rentang lima tahun. Hasil penelitiannya menyimpulkan adanya hubungan linier dan signifikan negatif antara total utang dan profitabilitas perusahaan. Sehingga, perusahaan konsultan di Swedia dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah, umumnya lebih menguntungkan. Hal ini menyiratkan bahwa perusahaan konsultan harus menurunkan tingkat hutang total dan terutama menggunakan dana internal untuk pembiayaan untuk mencapai profitabilitas yang lebih tinggi.

Hannan & Freeman (1984) menyatakan bahwa hubungan negatif antara profitabilitas dan tingkat utang telah dapat dijelaskan dengan teori inersia struktural resistensi terhadap perubahan muncul seiring bertambahnya jumlah organisasi dan besar birokrasi sehingga akan menurunkan tingkat keuntungan.

Penelitian sebelumnya telah menyimpulkan hasil yang bervariasi tentang hubungan antara *leverage* dan profitabilitas. Penelitian ini akan meneliti kembali pengaruh utang atau dan ukuran perusahaan tertentu terhadap profitabilitas perusahaan dengan menggunakan rasio ROA (*return on assets*). Dengan judul **“Analisis Pengaruh *Leverage* Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan dengan Ukuran Yang Berbeda di Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pentingnya struktur modal melalui *leverage* dan ukuran perusahaan serta hubungannya dengan profitabilitas, telah dipaparkan penulis dalam latar belakang masalah atas dasar itu, penulis mengajukan beberapa rumusan masalah, yakni :

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer staples* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2015-2019?
2. Apakah ukuran perusahaan (*small, medium* dan *large*) memiliki pengaruh moderasi atas hubungan antara *leverage* dan profitabilitas pada perusahaan

di sektor *consumer staples* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2015-2019?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian adalah :

1. Menganalisis pengaruh *leverage* pada profitabilitas perusahaan di sektor *consumer staples* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2015-2019.
2. Menganalisis pengaruh moderasi dari ukuran perusahaan (*small, medium* dan *large*) pada hubungan antar *leverage* dan profitabilitas pada profitabilitas perusahaan sektor *consumer staples* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam rentang tahun 2015-2019.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan setelah dilakukan penelitian oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan terkait pengambilan keputusan investasi agar mampu meningkatkan profitabilitas perusahaan.
2. Bagi investor, sebagai bahan pertimbangan atas investasi yang dilakukan pada suatu perusahaan dengan melihat profitabilitas perusahaan dan tingkat *leverage* perusahaan.
3. Bagi akademisi, sebagai referensi penelitian selanjutnya, terkait pengaruh *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan.

### 1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ditetapkan untuk memberikan ruang lingkup yang lebih sempit terkait dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Selain itu, batasan penelitian bertujuan untuk memberikan hasil yang lebih relevan dan spesifik sehingga kesimpulan selaras dan dapat dipahami. Batasan penelitian ini adalah terbatas pada ROA sebagai *proxy* untuk melihat pengaruh *leverage*

terhadap profitabilitas, dalam industri manufaktur sub sektor *consumer staples* dalam tahun 2015-2019 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan total data olahan sebanyak 310 data observasi.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk penulisan skripsi atau penelitian dibagi menjadi lima bab, yang sistematika pembahasannya sebagai berikut :

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan, yang memuat penjelasan tentang keseluruhan gambaran penelitian secara umum atau garis besar dari penelitian yang telah dibagi menjadi enam bagian yang terdiri dari latar belakang dari penulisan penelitian, perumusan masalah dari penelitian, tujuan didapat dari penelitian, manfaat didapat dari penelitian, batasan dari penelitian, serta kerangka dari penulisan.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka, memuat mengenai tinjauan literatur atau tinjauan pustaka yang terdiri dari uraian dan penjelasan teori-teori yang mendasari serta berkaitan atau berhubungan dengan masalah yang diteliti, pembahasan serta penjelasan tentang penemuan dari peneliti sebelumnya atau terdahulu dan pengembangan dari hipotesis.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab tiga menjelaskan mengenai metodologi penelitian dengan membahas serta menjelaskan mengenai data penelitian yang digunakan, yang terdiri dari sumber dan periode data yang digunakan, desain studi penelitian yang meliputi metode atas pengambilan sampel, dan jenis data, model penelitian, dan kerangka penelitian yang dirancang secara sistematis dan digunakan untuk memudahkan dalam memahami penelitian., kemudian disajikan operasionalisasi variabel yang digunakan dalam penelitian, hipotesis pada penelitian, serta pemilihan metode yang digunakan dalam pengolahan data penelitian ini.

## **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab berikutnya, yakni bab hasil dan pembahasan, merupakan bab dengan pembahasan hasil penelitian yang terdiri atas deskripsi dari sampel penelitian serta analisis deskriptif dan interpretasi dari hasil penelitian yang berorientasi pada hubungan pengaruh antara tingkat *leverage*, ukuran perusahaan dengan profitabilitas perusahaan.

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir, ditarik kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, implikasi manajerial atas dilakukannya penelitian kemudian menuliskan keterbatasan yang muncul dalam penelitian, kemudian penulis membagikan saran atas penelitian yang dilakukan di masa yang akan datang.

