

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era persaingan usaha yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalankannya .

Produk – produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas penggunaan produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan yang setia bagi perusahaan. Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas dibidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu, dalam proses pendistribusian barang kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan level bawah.

PT.Unilever memberikan produk-produk yang berkualitas yang dapat diterima oleh masyarakat kalangan atas maupun bawah, dengan penjualan yang semakin tahun semakin meningkat Pt.Unilever berhasil menjadi yang terbaik baik di Indonesia maupun di luar negeri. PT. Unilever Indonesia Tbk ini sendiri pertama kali didirikan di benua Eropa, bermula dari tahun 1855 dimana William Hasketh Lever mendirikan pabrik sabunya yang pertama di Warrington (Inggris) dan diberi nama Lever Brothers Limited bergabung dengan perusahaan margarine di Belanda (Uni Margarine) dengan diberi nama Unilever Ltd. Kedua perusahaan tersebut bergabung karena mempunyai kepentingan yang sama terhadap bahan baku.

Pada tahun 1931, Unilever Ltd mulai membuka anak perusahaan di Jakarta (Indonesia). Dua tahun kemudian didirikan pabrik sabun yaitu pada tahun 1933 yang berbentuk perseroan dengan nama Lever's Zeepabriek Indonesia N. V (LZF) dan perseroan ini mulai beroperasi sebagai produsen sabun tepatnya pada bulan Oktober 1936 disebuah pabrik di jalan Pangeran Tubagus Angke 170 Jakarta. Pada tahun 1936 di lokasi yang sama juga didirikan sebuah

pabrik pembuatan lemak makanan dan minyak goreng yang diberi nama Maatschappijter Exploitatieder Colbri Fabriken N. V (Collibri). Selama perang dunia II, pengawasan unit terhadap perseroan untuk sementara dihentikan hingga bulan Maret 1946. pabrik dan peralatan diperbaiki dengan bantuan induk perusahaan

Unilever dan sejak itu fasilitas-fasilitas produksi diperluas dan dimodernisasi. Unilever Ltd bermaksud untuk menambah volume produksinya, maka pada tahun 1948 dibeli sebuah pabrik minyak kelapa yang bernama Olie Fabriken Archa yang beroperasi di Jakarta.

Pada tahun 1964 kegiatan perseroan di Jakarta dan Surabaya secara penuh dibawah pengawasan pemerintah Indonesia. Baru pada tahun 1967 perseroan dikembalikan kepada Unilever yang berdasarkan keputusan Presiden Kabinet Ampera dan perjanjian unilever dan departemen perindustrian ditetapkan dalam undang-undang No. 1 Tahun 1967 yaitu tentang penanaman modal asing.

Pada tahun 1979 pabrik minyak Archa ditutup karena persediaan minyak murni tercukupi dari perusahaan-perusahaan panggila minyak lokal dan kekayaan perusahaan dijual pada tahun 1980. pada tahun yang sama dilakukan reorganisasi dari perusahaan-perusahaan Unilever di Indonesia dan perseroan tersebut disatukan dengan nama PT. Unilever Indonesia.

Di era digitalisasi para investor senantiasa mengikuti perubahan arah pasar untuk meningkatkan keuntungannya salah satunya dengan menginvestasikan uangnya pada perusahaan yang mensupport bisnis digital salah satu nya PT. Unilever Indonesia Tbk.

Setiap Perusahaan dapat dinilai berdasarkan penilaian kinerja perusahaan. Kinerja merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumberdaya yang dimiliki. Dalam kondisi perekonomian yang terus berkembang saat ini, banyak pihak manajemn yangmelakukan berbagai macam usaha untuk menarik para konsumen dan investor.

Tingkat kemampuan suatu perusahaan sangat perlu ditentukan dari kinerja perusahaan itu sendiri, karena setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memaksimalkan kekayaan dari pemegang sahamnya itu sendiri. Secara umum, tujuan suatu perusahaan didirikan adalah menciptakan kekayaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu hal yang penting yang harus dilakukan adalah menetapkan standar kinerja perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi sampai dimana tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan. Dalam proses penilaian kerja manajemen perusahaan, salah satu kriteria yang penting yang digunakan adalah ukuran kinerja manajemen perusahaan di bidang keuangan, digunakan berbagai informasi keuangan yang dihasilkan dari proses akuntansi yang dilakukan perusahaan.

Segala aktivitas yang dilakukan perusahaan tidak hanya disertakan tanpa penilaian dan diuji, tetapi perlu adanya pertanggungjawaban. Untuk pertanggung jawaban tersebut diperlukan laporan keuangan.

Pemilik suatu usaha akan mengetahui kondisi keuangan dan kemajuan usahanya. Dan dari laporan keuangan inilah suatu perusahaan akan terlihat juga kinerjanya. Pengukur kinerja keuangan dalam perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara dan yang paling utama adalah dengan menggunakan analisis rasio keuangan untuk mengetahui beberapa aspek yang berpengaruh terhadap posisi keuangan serta perkembangan perusahaan tersebut. Rasio keuangan adalah alat yang berharga dalam memahami posisi keuangan perusahaan dan kinerja.

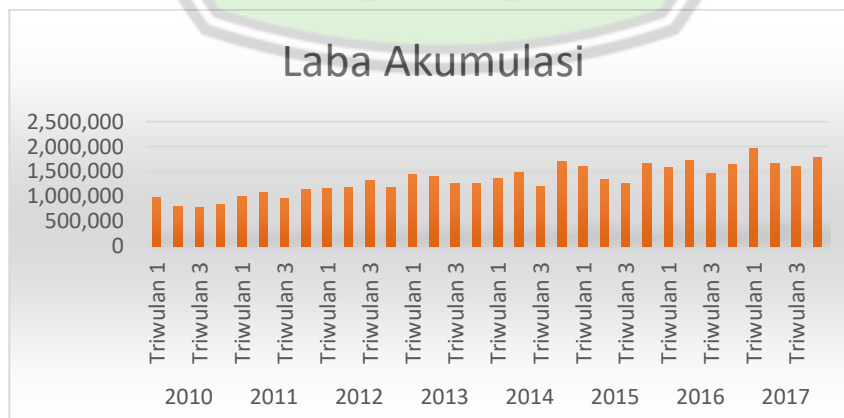
Kondisi keuangan perusahaan dapat diketahui dari laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan seperti neraca, laporan perhitungan rugi laba serta laporan keuangan lainnya. Dengan mengadakan analisis terhadap pos-pos neraca, maka akan dapat diketahui dan diperoleh gambaran tentang posisi keuangannya. Sedangkan analisis terhadap laporan rugi laba akan memberikan gambaran tentang hasil atau perkembangan usaha yang bersangkutan. Dari laporan keuangan yang terdiri dari neraca dan laporan laba-rugi dilakukan analisis. Analisis ini menggunakan analisis rasio likuiditas, rasio solvabilitas dan rasio profitabilitas. Setelah dilakukan analisis akan didapat hasil yang berupa kinerja

keuangan perusahaan. Kemudian dari hasil analisis tersebut dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam penentuan kebijakan perusahaan.

Untuk menjadi signifikan sebagai besar rasio keuangan harus dapat dibandingkan dengan perkiraan perusahaan, nilai-nilai histori dari perusahaan yang sama, dengan nilai yang dianggap sebagai nilai optimum untuk sektor kegiatan perusahaan, atau rasio serupa perusahaan. Beberapa rasio sendiri mungkin tidak representatif, dan harus dipandang sebagai indikator atau dikombinasikan dengan rasio lain untuk memberikan gambaran tentang situasi perusahaan. Salah satu rasio yang dapat digunakan yaitu rasio profitabilitas. Hasil pengukuran berdasarkan rasio tersebut diterapkan untuk menentukan tingkatan kesehatan perusahaan, yang dikategorikan sehat, cukup sehat, kurang sehat dan tidak sehat.

Perusahaan yang dijadikan obyek penelitian ini adalah PT. Unilever Indonesia, Tbk, karena perusahaan tersebut merupakan perusahaan terkenal yang bergerak di banyak aspek, seperti industri makanan, minuman, kosmetik, sabun cuci, dan lainnya. PT. Unilever Indonesia, Tbk juga terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang diketahui memiliki kinerja keuangan perusahaan yang baik. Selain itu perusahaan PT. Unilever Indonesia, Tbk juga selalu membuat laporan keuangan guna mempelajari keadaan keuangan serta hubungannya terhadap kegiatan operasional perusahaan.

Berikut ini adalah gambaran tingkat ROA PT. Unilever Indonesia, Tbk tahun 2010-2017:



Grafik 1.1 Tingkat ROA PT. Uniliver Indonesia Tbk per triwulan 2010-2017

PT. Unilever Indonesia Tbk mencatatkan pendapatan bersih Rp 31,2 triliun sampai kuartal III/2017 atau hanya naik 3,65 persen dari raihan periode yang sama tahun lalu Rp 30,1 triliun. Meskipun tetap mengalami pertumbuhan positif, namun persentasenya menyusut dari pertumbuhan periode tahun lalu yang mencapai 9,25 persen.

Hal yang sama terjadi pada periode sebelumnya. Mengacu pada laporan keuangan Unilever semester I tahun ini, penjualan bersih perseroan hanya tumbuh 2,49 persen secara tahunan menjadi Rp 21,26 triliun. Pertumbuhan tersebut lebih lemah dibandingkan semester I tahun lalu yang mencapai 10,43 persen.

Berdasarkan segmentasi, pendapatan ini food and refreshment tercatat Rp 10,1 triliun pada kuartal III di tahun ini, sedangkan segmen home and personal care Rp 21 triliun. Menurut transaksi, penjualan dalam negeri Unilever diketahui mencapai Rp 29,3 triliun, sedangkan transaksi ekspor Rp 1,8 triliun. Harga pokok penjualan tercatat Rp 15,16 triliun atau naik dari Rp 14,7 triliun, demikian tertulis dalam laporan keuangan perusahaan barang konsumsi tersebut.

Pengeluaran lain tercatat, beban pemasaran dan penjualan mencapai Rp 6,05 triliun, sementara beban umum dan administrasi sebesar Rp 2,9 triliun. Dari kinerja tersebut, perusahaan memperoleh laba bersih Rp 5,22 triliun atau meningkat 10 persen dari Rp 4,75 triliun.

Meski telah mencatatkan pertumbuhan sektor penjualan dan laba bersih, perseroan tetap memperhatikan potensi permintaan pasar terlebih dahulu. Kondisi perekonomian di beberapa negara tengah mengalami ketidakpastian, dan permintaan belum pulih pada tingkat yang sama seperti tahun-tahun sebelumnya.

PT. Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan manufaktur yang Go Publik dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sebagai perusahaan manufaktur terkemuka di Indonesia PT. Unilever Indonesia merupakan perusahaan yang sangat berkembang dan banyak dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Quick Ratio dan Debt**

Ratio Terhadap Return On Assets (ROA) pada PT. Unilever Indonesia, Tbk (periode 2010-2017)”,

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat dibuat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Quick Ratio berpengaruh secara signifikan terhadap Return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017 ?
2. Apakah Debt Ratio berpengaruh secara signifikan terhadap Return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017 ?
3. Apakah Quick Ratio dan Debt Ratio simultan berpengaruh terhadap Return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017 ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, Batasan masalah yang dapat dibuat dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Quick Ratio berpengaruh secara signifikan terhadap Return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017 ?
2. Apakah Debt Ratio berpengaruh secara signifikan terhadap Return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017 ?
3. Apakah Quick Ratio dan Debt Ratio simultan berpengaruh terhadap Return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017 ?

1.4 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Quick Ratio terhadap return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017
2. Debt Ratio terhadap return On Assets pada PT. Unilever Indonesia, Tbk periode 2010-2017
3. Quick Ratio dan Debt Ratio secara simultan terhadap Return On Assets pada PT. Uniliver Indonesia, Tbk periode 2010-2017

1.5 Manfaat Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulisan mengharapkan ada manfaat yang akan didapat oleh beberapa pihak. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis
 - a. Sebagai wadah untuk aplikasi teori-teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan dijadikan sebagai alat pembahasan.
 - b. Dapat menambah pengetahuan mengenai rasio-rasio keuangan seperti Quick Ratio, Debt Ratio dan Return On Assets.
 - c. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
2. Bagi Universitas
 - a. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan serta bermanfaat sebagai dasar penelitian selanjutnya.
 - b. Dapat menambah kepustakaan bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pemahaman isi ini maka penulisan memberikan gambaran secara garis besar masing-masing bab secara keseluruhan ini akan terbagi dalam lima bab yang terdiri :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menguraikan tentang landasan yang kuat sebagai perbandingan antara teori dan praktik yang menjadi dasar dalam mengevaluasi, serta kerangka pemikiran yang penelitian yang sebelumnya

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan antara lain: desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, variabel operasional, teknik pengumpulan data, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan, hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan-kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang dilakukan serta implikasi manajerial.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

