

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Saat ini perkembangan produk kosmetik bagi perempuan dan laki-laki semakin bervariasi. Hal ini terjadi seiring dengan semakin meningkatnya taraf hidup masyarakat dan perkembangan zaman dimana perubahan teknologi dan arus informasi yang semakin berkembang, dan kemudian mempengaruhi banyak hal seperti kebutuhan, gaya hidup, dan keinginan yang semakin meningkat dan beragam. Disamping itu pula kosmetik berperan penting untuk menunjang penampilan seseorang, bahkan bagi masyarakat dengan gaya hidup yang semakin kompleks kosmetik sudah menjadi kebutuhan pokok seperti halnya sandang dan pangan. Kemajuan teknologi telah membawa perubahan-perubahan yang cepat dan signifikan pada industri kosmetika.

Dengan menggunakan teknologi modern dan meningkatnya kebutuhan akan kosmetik baik dikalangan perempuan maupun laki-laki, industri tersebut kini mampu memproduksi dalam skala yang sangat besar mencakup berbagai produk dengan tingkat yang sangat luas. Industri kosmetik wanita merupakan industri yang dapat dikatakan cukup dinamis, sehingga banyak perusahaan dengan merek-merek kosmetik yang beragam yang baru berminat untuk masuk berkecimpung dan mengembangkan pasarnya di Indonesia. Begitu banyak berbagai produk kecantikan yang dapat dilihat tersebar dipasaran dengan berbagai kemasan, bentuk, harga, serta kegunaannya.

Berbagai macam perusahaan dalam bidang kosmetik berdiri untuk berlomba-lomba memenuhi kebutuhan para wanita di bidang yang satu ini, sehingga pasar kosmetik menjadi pasar yang sangat menguntungkan untuk diincar oleh para produsen. Produsen terus berlomba-lomba menciptakan beragam produk baru termasuk di Indonesia. Hal ini terbukti dari tingginya produksi kosmetik di Indonesia, dimana dari tahun ke tahun penjualannya semakin meningkat dan meningkat baik kosmetik produksi dalam negeri, maupun kosmetik impor. Tidak hanya produsen luar negeri, namun begitu juga dengan produsen dalam negeri berlomba-lomba menciptakan kosmetik dengan beragam merek dan jenis.

Ketiga perusahaan kosmetik di Indonesia yang memiliki pangsa pasar kosmetik dalam negeri terbesar dibandingkan dengan kosmetik-kosmetik lainnya adalah PT. Mandom Indonesia, Tbk., PT. Martina Berto, Tbk., dan PT. Mustika Ratu, Tbk. PT. Mandom Indonesia, Tbk adalah perusahaan yang memproduksi Pixy. PT. Mandom Indonesia, Tbk didirikan tahun 1969 dengan nama PT. Tancho Indonesia Co., Ltd. lalu pada tahun 2000 tanggal 2 November nama perseroan diubah menjadi PT. Mandom Indonesia, Tbk. PT. Mandom Indonesia mencatat saham di Bursa Efek Indonesia sejak tanggal 30 September 1993. Lalu PT. Martina Berto, Tbk adalah perusahaan yang didirikan tanggal 1 Juni 1977 dengan mitra usaha yaitu Bapak Bernard Pranata (alm) dan Ibu Theresia Harsini Setiady dengan merk pertama yang diproduksi dan dipasarkan adalah Sari Ayu Martha Tilaar sebagai kosmetika alami yang berkonsep holistik. PT. Martina Berto telah mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 Dan PT. Mustika Ratu, Tbk adalah perusahaan yang memproduksi kosmetik dan jamu tradisional ternama di Indonesia yang didirikan pada tanggal 14 Maret 1978. Dengan memiliki reputasi dan keahlian yang sangat baik dalam memproduksi barang-barang kosmetik, obat dan jamu tradisional, minuman sehat serta perawatan kecantikan PT. Mustika Ratu, Tbk telah mencatat sahamnya di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 1995.

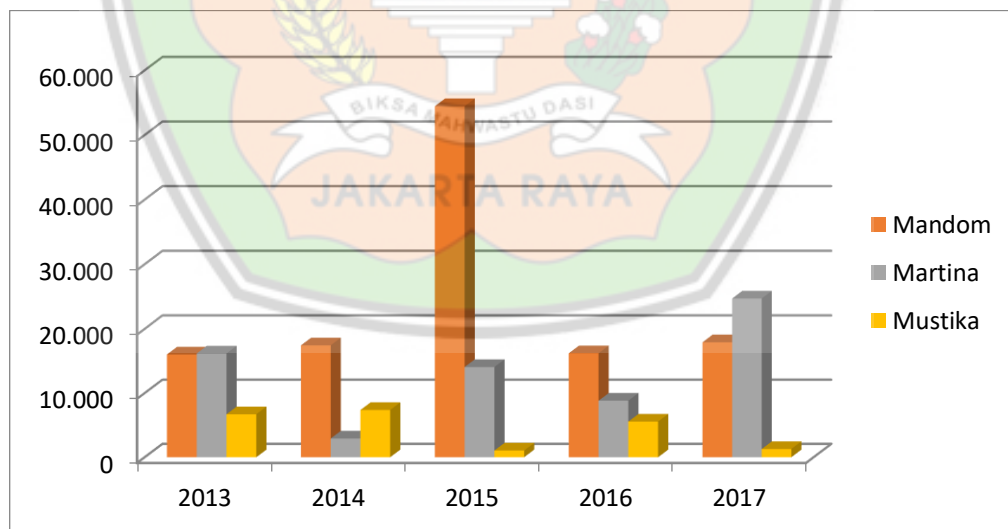
Walaupun ketiga perusahaan kosmetik tersebut memiliki pangsa pasar kosmetik dalam negeri terbesar, namun tetap saja memiliki kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya yang menimbulkan permasalahan dari berbagai aspek, salah satunya aspek kinerja keuangan. Data berikut adalah fenomena kinerja keuangan dilihat dari laba setelah pajak masing-masing perusahaan dari tahun 2013-2017 (dalam ribuan).

Tabel 1.1 Data Rata-Rata Pertumbuhan Laba Setelah Pajak Subsektor Kosmetik di Indonesia Periode 2013-2017 dalam ribuan rupiah.

Tahun	Mandom Indonesia	Martina Berto	Mustika Ratu	Rata-Rata	
				Angka	%
2012	150.373	45.523	34.424	76.774	-
2013	16.014	16.162	6.700	12.959	-83,12%
2014	17.431	2.925	7.371	9.242	-28,68%
2015	54.447	14.056	1.045	23.183	150,84%
2016	16.205	8.813	5.549	10.189	-56,04%
2017	17.912	24.690	1.283	14.628	43,56%

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) (diolah)

Dapat dilihat dari tabel 1.1 diatas bahwa pengukuran kinerja perusahaan kosmetik memiliki rata-rata laba setelah pajak yang cenderung menurun. Ini memperlihatkan adanya ketidakkonsistenan perusahaan kosmetik dalam mendapatkan atau meningkatkan profitabilitasnya. Agar dapat digambarkan secara jelas, maka dibuat penyajian berupa grafik, seperti dibawah ini:



Gambar 1.1 Grafik Rata-Rata Pertumbuhan Laba Setelah Pajak Subsektor Kosmetik di Indonesia Periode 2013-2017

Berdasarkan rata-rata tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa perubahan penurunan laba setelah pajak pada tahun 2014 sebesar -28,68% merupakan penurunan paling besar pada perusahaan subsektor kosmetik dan kenaikan paling

besar pada tahun 2015 sebesar 150,84%. Dari berita yang didapat pertumbuhan laba setelah pajak perusahaan kosmetik menurun dikarenakan adanya persaingan dari kosmetik impor seperti China dan Korea yang menjual harga kosmetik dengan harga lebih murah tapi kualitas hampir tidak kalah dengan produk kosmetik dalam negeri. Oleh karena itu tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap kosmetik meningkat namun masyarakat memilih produk impor daripada produk dalam negeri karena dijual dengan harga yang lebih murah namun kualitas tidak berbeda jauh dengan produk dalam negeri. Itulah yang menyebabkan laba bersih pada perusahaan kosmetik di Indonesia menurun karena kalah bersaing dengan produk impor yang masuk ke dalam negeri. Serta peningkatan yang terjadi pada subsektor kosmetik tersebut dikarenakan ditemukannya bahan kimia yang berbahaya dalam produk kosmetik impor yang membuat para konsumen kosmetik beralih kembali menggunakan produk dalam negeri yang menggunakan bahan-bahan tradisional alami yang tidak membahayakan konsumen.

Untuk mengukur bagus tidaknya kinerja suatu perusahaan biasanya dilakukan penilaian terhadap kinerja keuangan perusahaan itu sendiri dengan menggunakan rasio-rasio keuangan. Banyak para peneliti yang berpendapat bahwa pengukuran kinerja keuangan perusahaan berdasarkan rasio keuangan adalah kurang dapat mewakili kondisi perusahaan yang sebenarnya sehingga digunakan metode lain dalam melakukan penelitian tersebut dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA) yang dinilai lebih objektif dalam menilai atau mengukur kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah tersebut maka penulis melakukan penelitian mengenai perbandingan antara salah satu rasio keuangan yaitu *Return On Assets* (ROA) dengan *Economic Value Added* (EVA) dengan judul **“Analisis Komparatif Antara *Economic Value Added* (EVA) dan *Return On Asset* (ROA) Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)”**.

## 1.2 Rumusan Permasalahan

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kinerja keuangan pada subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA)?
2. Bagaimana kinerja keuangan pada subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 dengan menggunakan metode *Return On Asset* (ROA)?
3. Apakah terdapat perbedaan antara metode *Economic Value Added* (EVA) dan metode *Return On Asset* (ROA) dalam mengukur kinerja keuangan pada subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 dengan menggunakan metode *Economic Value Added* (EVA).
2. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 dengan menggunakan metode *Return On Asset* (ROA).
3. Untuk mengetahui perbedaan metode *Economic Value Added* (EVA) dan metode *Return On Asset* (ROA) dalam mengukur kinerja keuangan pada subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya manajemen keuangan yang berkaitan dengan analisis laporan keuangan dengan menggunakan metode EVA dan ROA untuk mengukur tingkat laba atau profitabilitasnya.

b. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam melakukan pengukuran laporan keuangan dengan menggunakan metode EVA dan ROA. Sehingga dapat diketahui metode manakah yang lebih baik dan akurat serta dapat membantu pemilik modal dan para manajer dalam pengambilan suatu keputusan.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini agar mendapatkan arah pembahasan yang lebih baik sehingga tujuan penulisan bisa dicapai, maka penulis akan membatasi ruang lingkup perusahaan yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan yang akan diteliti adalah subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu PT. Mandom Indonesia, Tbk, PT. Martina Berto, Tbk, dan PT. Mustika Ratu, Tbk periode 2013-2017.
2. Variabel yang digunakan terdiri dari *Economic Value Added* (EVA) dan *Return On Asset* (ROA).

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam proposal ini dibagi 5 bagian, yaitu:

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

**Bab II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas mengenai landasan teori dan konsep-konsep teoritis yang digunakan sebagai kerangka atau landasan untuk menganalisis objek penelitian, pembahasan ini difokuskan pada literature-literatur yang membahas teoritis yang relevan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Hipotesis yang dinyatakan dalam bagian ini harus dirumuskan sesuai dengan tujuan penelitian dan tentang penelitian terdahulu.

**Bab III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai metode penelitian yang berkaitan dengan masalah penelitian yaitu tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber penelitian, populasi dan sampel metode pengumpulan data, dan teknik pengelolaan data.

**Bab IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menguraikan hasil penelitian mengenai rasio keuangan terhadap kinerja keuangan, dan pembahasannya.

**Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan serta saran-saran yang diharapkan dapat berguna dan menjadi masukan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.