

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

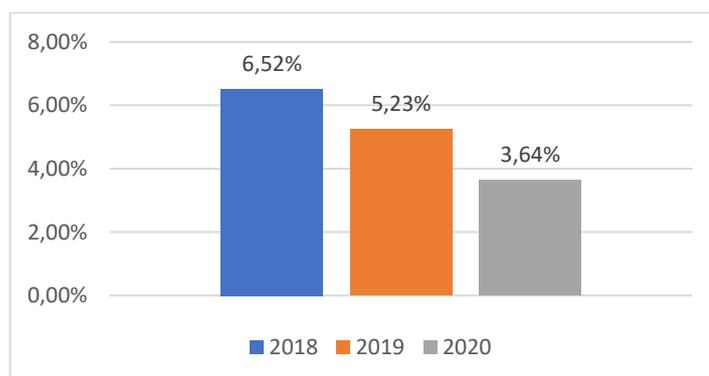
Persaingan dunia bisnis yang selalu meningkat menyebabkan perusahaan harus memiliki strategi dan keunggulan bersaing agar dapat bertahan dalam kelangsungan bisnisnya. Berdasarkan *Industrial Development Report* pada tahun 2020, yang dirilis oleh United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Indonesia menempati urutan ke-38 dari total 150 negara dalam peringkat *Competitive Industrial Performance (CIP) Index* pada tahun 2019 (Arofah, 2020). Keberhasilan ini membuat Indonesia masuk ke dalam kategori *Upper Middle Quintile* dan memiliki peringkat lebih tinggi dibanding India dan Vietnam. Hal ini tentunya akan menyebabkan persaingan semakin meningkat secara domestik, regional, dan global. Sehingga hal ini mendorong agar perusahaan terus berupaya untuk tumbuh serta berkembang dalam membangun manajemen internal yang baik.

Perkembangan industri manufaktur di Indonesia memiliki peranan yang penting di antara negara-negara yang ada di Asia Tenggara. Dalam skala nasional, industri manufaktur memberikan sumbangsih berupa peningkatan perekonomian sebesar 20,27% dan mampu menggeser peran *commodity based* menjadi *manufacture based* (Kementrian Investasi, 2018). Selain itu, pertumbuhan industri manufaktur dapat dilihat dari indeks manajer pembelian *Purchasing Managers Index (PMI)* sepanjang tahun 2018 yang rata-rata berada pada level di atas 50 yang menandakan industri manufaktur telah ekspansif (Ridwan, 2019).

Perusahaan manufaktur *go public* di Bursa Efek Indonesia meliputi sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor barang konsumsi. Perusahaan sektor barang konsumsi merupakan sektor yang menyediakan produk-produk terkait dengan kebutuhan dasar masyarakat, sehingga sektor ini cenderung stabil dalam kemampuannya menghasilkan laba yang optimal dan tahan terhadap situasi krisis (Silanno & Loupatty, 2021). Perusahaan sektor barang konsumsi terdiri dari 6 sub sektor, yaitu sub sektor makanan dan minuman, rokok, farmasi,

kosmetik dan keperluan rumah tangga, sub sektor peralatan rumah tangga, dan sub sektor lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2019), penduduk kelas menengah atas di Indonesia mengalokasikan 43% dari pendapatannya untuk berbelanja kebutuhan pokok. Sehingga perusahaan yang bergerak pada sektor barang konsumsi mempunyai aktivitas operasi yang tinggi dan menyebabkan perusahaan harus mampu mengelola setiap aktivitasnya dengan efisien agar dapat memaksimalkan profitabilitasnya.

Profitabilitas merupakan rasio dari efektivitas manajemen perusahaan berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari tingkat penjualan, tingkat aset tertentu, atau investasi (Sanjaya & Rizky, 2018). Bagi pihak internal, profitabilitas digunakan sebagai suatu alat pengendalian, diantaranya sebagai dasar pengambilan keputusan, menyusun target, *budget*, serta evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan (Prasetyowati & Oetomo, 2019). Menurut Lawrence J. Gitman & Chad J. Zutter (2015), salah satu cara untuk mengukur profitabilitas adalah dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA). ROA merupakan rasio yang sifatnya menyeluruh, sehingga dapat menunjukkan tingkat penggunaan modal kerja, tingkat produksi, dan tingkat penjualan secara efisien (N. A. Lestari & Mahfud, 2021). Apabila perolehan angka ROA semakin besar, hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui penggunaan asetnya menjadi semakin baik.



Sumber: www.idx.co.id, data diolah

Gambar 1. 1 Rata-rata ROA Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Tahun 2018-2020

Namun berdasarkan data yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia, menunjukkan bahwa rata-rata profitabilitas perusahaan sektor barang konsumsi yang diukur menggunakan ROA mengalami penurunan selama tahun 2018-2020. Pada tahun 2018 tercatat rata-rata ROA sektor barang konsumsi sebesar 6,52%. Selanjutnya pada tahun 2019 menurun menjadi sebesar 5,23%, dan pada tahun 2020 kembali mengalami penurunan menjadi sebesar 3,64%. Sebagian besar perusahaan pada sektor barang konsumsi memperlihatkan kinerja yang menurun pada tiga tahun terakhir. Menurunnya rasio profitabilitas merupakan suatu masalah yang harus segera diatasi oleh perusahaan. Menurut Winarno (2019), penurunan ROA dapat disebabkan karena kurang baiknya manajemen perusahaan dalam mengelola aktiva secara produktif untuk memperoleh laba. Selain itu, penurunan pada rasio ROA juga dapat disebabkan karena terjadinya penurunan penjualan bersih perusahaan dan meningkatnya biaya-biaya yang dikeluarkan (Ismayeni et al., 2021).

Menurut Kusuma (2016) tingkat profitabilitas perusahaan dapat dipertahankan melalui manajemen modal kerja yang efisien. Modal kerja adalah aset yang dapat segera diubah menjadi kas untuk keperluan operasional perusahaan, misalnya untuk membayar gaji karyawan, membeli bahan baku, membayar ongkos angkutan, membayar utang, dan sebagainya (Dewi & Rahayu, 2016). Kesalahan dalam mengelola modal kerja memungkinkan perusahaan mengalami masalah likuiditas, yaitu tidak mampu memenuhi kewajiban jangka pendek sesuai jatuh tempo dan akan mengalami kesulitan dalam membayar biaya-biaya sehingga menghambat kegiatan operasi perusahaan bahkan dapat terhenti (Mahulae, 2020).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (2021), perekonomian Indonesia yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) menunjukkan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang menurun dari tahun 2018-2020. Pada tahun 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan yang signifikan yaitu berada pada angka -2,07% dibandingkan tahun 2019 yaitu sebesar 4,97% (*y-on-y*). Menurut Dewi & Muharam (2018) menyatakan bahwa *working capital management* lebih berperan pada saat krisis dibandingkan pada saat

ekonomi kuat, karena *working capital management* lebih dilibatkan pada perencanaan keuangan perusahaan ketika terjadi krisis ekonomi. Ketidakpastian kondisi bisnis ini akan berdampak pada pemilihan strategi yang tepat dalam mengatur efisiensi manajemen modal kerja, karena hal ini akan mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan (Enqvist et al., 2014).

Manajemen modal kerja berkaitan dengan aset lancar dan utang lancar perusahaan (Nadeem et al., 2020). Efisiensi manajemen modal kerja berarti pengelolaan komponen modal kerja yaitu persediaan, piutang, dan utang usaha secara efektif dan efisien (Tansir, 2016). Berdasarkan Wibowo & Mudawanah (2015) perusahaan umumnya membeli barang dari *supplier* secara kredit, kemudian dicatat sebagai utang usaha (*account payable*) atau *trade kredit*. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi untuk mengelola utang jangka pendeknya yang merupakan komponen dari manajemen modal kerja.

Menurut Pham et al. (2020) *Average Payable Period (APP)* merupakan jangka waktu rata-rata perusahaan dalam melakukan pelunasan kewajiban-kewajiban jangka pendek perusahaan. Menurut Putri et al. (2018) memaksimalkan utang dan memperpanjang periode pembayaran bisa menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan, namun terlalu lama menunda pembayaran utang usaha juga dapat merusak hubungan bisnis dan reputasi perusahaan. Didukung oleh Agbo & Nwankwo (2018) pengelolaan manajemen modal kerja yang baik yaitu dengan mempertahankan periode pembayaran utang rata-rata yang lebih tinggi daripada periode penagihan piutang rata-rata perusahaan, namun pada saat yang sama perusahaan harus segera memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu.

Industri manufaktur cenderung lebih besar dalam menginvestasikan modal kerja dibandingkan dengan industri lain (Adhikari, 2020). Industri ini harus mengalokasikan dana pada setiap kegiatan operasionalnya mulai dari pengelolaan bahan baku, hingga menjadi barang jadi dengan nilai jual yang tinggi. Karakteristik perusahaan manufaktur ini menjadikan pengelolaan modal kerja sebagai faktor penting dalam mengembangkan bisnis dan menjalankan kegiatan operasionalnya

secara kontinu. Berikut ini merupakan perhitungan rata-rata periode penagihan piutang dan rata-rata periode pembayaran utang pada industri manufaktur tahun 2018-2020.

Tabel 1. 1 Rata-rata Periode Penagihan Piutang dan Periode Pembayaran Utang Industri Manufaktur Tahun 2018-2020

Sektor	Rata-rata periode penagihan piutang (hari)			Rata-rata periode pembayaran utang (hari)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Barang Konsumsi	55,82	62,29	60,84	42,31	41,59	45,78
Industri Dasar dan Kimia	49,90	52,11	65,14	90,12	54,20	68,39
Aneka Industri	55,81	68,57	69,98	57,23	86,22	64,77

Sumber: www.idx.co.id, data diolah

Pada tabel 1.1 memperlihatkan bahwa dibandingkan dengan sektor lain pada kelompok industri manufaktur, selama tiga tahun terakhir rata-rata nilai periode penagihan piutang pada sektor barang konsumsi selalu lebih lama dibandingkan dengan rata-rata periode pembayaran utang perusahaan. Sementara perusahaan sektor industri dasar dan kimia dapat mempertahankan periode pembayaran utang rata-rata yang lebih tinggi daripada periode penagihan piutang rata-rata perusahaan selama tahun 2018 hingga 2020. Selanjutnya perusahaan sektor aneka industri dapat mempertahankan periode pembayaran utang rata-rata yang lebih tinggi daripada periode penagihan piutang rata-rata perusahaan selama tahun 2018 sampai 2019, dan pada tahun 2020 periode penagihan piutangnya lebih lama dibandingkan dengan rata-rata periode pembayaran utang perusahaan.

Hal tersebut menunjukkan perusahaan sektor barang konsumsi selama tiga tahun terakhir cenderung tidak melakukan efisiensi manajemen modal kerja, sehingga permasalahan pada manajemen modal kerja ini jika dibiarkan dapat mengganggu likuiditas perusahaan. Kafeel et al. (2020) menjelaskan, menerima piutang yang lebih cepat daripada pembayaran utang usaha kepada *supplier* menyebabkan perusahaan dapat membayar utang lancar dari hasil penjualannya. Apabila modal kerja perusahaan terlalu banyak tertanam di piutang usaha, maka

perusahaan akan memerlukan penarikan dana pinjaman yang cukup besar dan dapat mengakibatkan bunga pinjaman, sehingga berdampak pada turunnya profitabilitas perusahaan (Kurniawan & Ariyani, 2021).

Perusahaan yang melakukan efisiensi modal kerja tidak akan kekurangan ketersediaan kas karena dapat membayar utang usahanya dari hasil penjualan. Salah satunya yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk. dari tahun 2018 sampai dengan 2020 selalu mengelola modal kerjanya dengan baik, terlihat dari rata-rata periode penagihan piutangnya selalu lebih singkat dibandingkan periode pembayaran utang. Pada tahun 2018 rata-rata periode penagihan piutang perusahaan yaitu selama 26,86 hari dengan rata-rata periode pembayaran utang selama 27,65 hari. Kemudian rata-rata periode penagihan piutang meningkat menjadi 25,76 hari pada tahun 2019 dan 28,71 hari pada tahun 2020. Diikuti dengan rata-rata periode pembayaran utangnya yang lebih lama dari periode penagihan piutang yaitu selama 30,63 hari pada tahun 2019 dan 29,26 hari pada tahun 2020 (www.idx.co.id).

Telah banyak peneliti yang mengkaji pengaruh *working capital management* terhadap profitabilitas dari berbagai pandangan di berbagai sektor. Pada penelitian ini *working capital management* berfokus pada *Average Payable Period* (APP) karena dalam Van Horne & Wachowicz (2008) dijelaskan bahwa jadwal jatuh tempo utang sangatlah penting untuk meningkatkan nilai keuntungan dan kerugian dalam tingkat profitabilitas serta risiko. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hoang (2015), Iswandari & Candra (2017), Agbo & Nwankwo (2018), Nguyen et al. (2020), dan Adhikari (2020) menyebutkan bahwa APP berpengaruh negatif terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan ROA. Artinya apabila perusahaan segera membayar utangnya, maka akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sin Huei Ng et al. (2017) dan Pham et al. (2020) yang menyimpulkan *working capital management* yang diukur dengan APP berpengaruh positif terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA). Penelitian sejenis dilakukan oleh Islam & Palas (2018) dan Trang et al. (2020) yang menyatakan

bahwa *working capital management* yang diukur dengan APP tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap tingkat profitabilitas perusahaan adalah ukuran perusahaan (Sellers & Alampi-Sottini, 2016). Menurut *resource based theory*, sumber daya (*resource*) adalah faktor internal perusahaan yang menjadi penggerak kinerja agar mencapai keunggulan bersaing. Semakin besar ukuran perusahaan mengartikan bahwa semakin besar dan beragam pula sumber daya yang dimiliki perusahaan (Fajrida & Purba, 2020). Berdasarkan Hashmi et al. (2020), ukuran perusahaan menjadi indikator penting untuk menilai perusahaan karena dengan total aset yang besar, perusahaan akan beroperasi dengan tingkat efektivitas yang lebih baik, sehingga akan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dapat meningkatkan profitabilitasnya. Namun, hal ini mengingat fenomena terjadinya penurunan laba pada beberapa emiten makanan minuman yang memiliki aset dan kapitalisasi pasar (*market cap*) besar, bahkan menjadi *market leader* di sub sektor makanan dan minuman, diantaranya adalah PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) yang mengalami penurunan laba pada tahun 2019 sebesar 4,37% dan PT Mayora Indah Tbk. (MYOR) sebesar 0,51%. Penurunan laba pada PT Unilever Indonesia Tbk. disebabkan karena menurunnya penjualan dari segmen makanan dan minuman, karena segmen ini memberikan kontribusi 29% terhadap penjualan secara keseluruhan, sedangkan PT Mayora Indah Tbk. mengalami penurunan laba yang disebabkan oleh peningkatan beban usaha yang lebih daripada pertumbuhan penjualan (Tamara, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusuma (2016), Daniel & Sedana (2017), Ginting (2019), Praja (2018), dan Wage et al. (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Maria et al. (2018), Pradnyanita Sukmayanti & Triaryati (2018), dan Santini & Baskara (2018) dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. Sedangkan, Mboka & Cahyono (2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Hal ini sejalan dengan penelitian Lorenza et al. (2020) dan Tan & Hadi (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan *gap* penelitian tersebut masih menunjukkan inkonsistensi pada hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *working capital management* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan. Dalam penelitian terdahulu menggunakan *Signaling Theory* dan *Agency Theory* yang dijadikan dasar penelitian, akan tetapi dalam penelitian ini menggunakan *Resource Based Theory* untuk digunakan sebagai dasar dalam mencari pengaruh *working capital management* dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Peneliti menggunakan *Resource Based Theory* karena lebih tepat digunakan sebagai dasar teori dalam penelitian ini. Pandangan *Resource Based Theory*, sumber daya (*resource*) dan kapabilitas (*capabilities*) merupakan penggerak utama dibalik kinerja dan daya saing perusahaan. Apabila perusahaan memiliki sumber daya yang cukup dan mampu mengelola sumber daya secara efektif maka akan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dimana dalam penelitian ini, ukuran perusahaan berperan sebagai *resource* dan *working capital management* berperan sebagai *capabilities* yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga dapat meningkatnya profitabilitasnya. Selain itu, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terdapat pada periode penelitian yang digunakan. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Working Capital Management dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas (Studi pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020)”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *working capital management (average payable period)* terhadap profitabilitas?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas?

3. Bagaimana *working capital management (average payable period)* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *working capital management (average payable period)* terhadap profitabilitas.
2. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap profitabilitas.
3. Untuk mengetahui pengaruh *working capital management (average payable period)* dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Empiris

- a. Bagi perusahaan terutama Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020, diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dalam rangka menentukan strategi mengenai *working capital management* khususnya dalam manajemen utang usaha menggunakan rasio *Average Payable Period (APP)* sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam mengelola modal kerja dan meningkatkan profitabilitas (ROA).
- b. Bagi kreditur, melalui perhitungan *Average Payable Period (APP)* diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pinjaman jangka pendek.
- c. Bagi investor, diharapkan dapat menjadi suatu masukan dan informasi bagi investor dalam rangka membangun strategi dan keputusan investasi dengan mempertimbangkan komponen manajemen modal kerja dapat membandingkan kondisi perusahaan dengan perusahaan lainnya.

2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan tambahan literatur dan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh

working capital management yang diukur dengan *Average Payable Period* (APP) dan Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas (ROA), sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai informasi serta dapat dijadikan bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terkait dengan topik profitabilitas perusahaan.