

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor barang konsumsi di Indonesia terus berkembang, terutama dalam industri kosmetik dan keperluan rumah tangga. Sektor ini memiliki banyak subsektor yang *listing* di BEI. Perkembangan yang pesat dalam industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Indonesia memberikan peluang pertumbuhan yang menjanjikan bagi perusahaan-perusahaan dalam sektor ini. Peluang investasi yang menguntungkan juga tersedia. Pertumbuhan ini sejalan dengan perkembangan penduduk di Indonesia, yang mendorong peningkatan penjualan produk kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Selain itu, tren kosmetik halal juga berkembang pesat di Indonesia, menciptakan peluang yang menguntungkan.

Pada pertumbuhan Indonesia saat ini, salah satunya dipengaruhi oleh industri kosmetik Indonesia. Yang mana pada saat ini, pertumbuhan pada industri kosmetik Indonesia mengalami kenaikan dikarenakan oleh berubahnya gaya hidup masyarakat Indonesia yang semakin menyukai penggunaan kosmetik lokal. Melihat dari gaya hidup masyarakat Indonesia yang berubah, tentunya perusahaan juga berlomba-lomba dalam membuat produk kosmetik lokal. Dari hal tersebut, tentunya membuat persaingan di bidang manufaktur kosmetik semakin ketat dikarenakan semakin banyak pula perusahaan yang membuat produk kosmetik. Berdasarkan dari Data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2021 memaparkan bahwasannya industri kosmetik di Indonesia yang mencakup bidang kimia, obat tradisional dan farmasi mengalami pertumbuhan yang cukup besar, yaitu sebesar 9,61%. Demikian pula yang disampaikan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang mencatatkan total perusahaan di industri kosmetik Indonesia mengalami peningkatan yaitu sebesar 20,6% selama periode 2021 hingga Juli (Makmum, 2022). Oleh karena itu, perusahaan bersaing untuk melakukan inovasi, dan kreativitas, serta memaksimalkan kinerja perusahaan. Pada era globalisasi ini, perusahaan tak hanya sekadar fokus pada keuntungan

akuntansi, akan tetapi perusahaan tentunya berfokus juga pada keuntungan ekonomi secara keseluruhan.

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan pada industri kosmetik dan keperluan rumah tangga, serta adanya peluang investasi yang bagus pada sub sektor ini maka diperlukan adanya penilaian terhadap kinerja perusahaan yang tergabung dalam sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga. Kinerja suatu perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modalnya. perusahaan harus dapat meminimalkan kesalahan konseptual atau teknis. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meminimalkan kesalahan dalam penetapan tujuan yang dapat menimbulkan kesalahan strategis. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan adanya penetapan tujuan yang tepat. Proses pencapaian tujuan perusahaan di masa depan sangat dipengaruhi oleh kinerja keuangan. Analisis kinerja keuangan yang dilakukan secara teratur merupakan suatu langkah yang penting bagi perusahaan untuk memastikan bahwa tujuan semua pihak terpenuhi.

Kinerja keuangan adalah kegiatan analisis yang dilakukan untuk mengevaluasi dan memahami kinerja keuangan perusahaan bagaimana perusahaan telah mengelola keuangan mereka dengan menganalisa laporan keuangan yang telah mereka susun. Dari hal tersebut tentulah nantinya dapat diketahui terkait dengan apakah perusahaan telah menyusun laporan tersebut sesuai dengan aturan pelaksanaan keuangan yang tepat. Seperti dengan menyusun laporan keuangan yang disesuaikan dengan ketentuan Standar Akuntansi Keuangan (SAK) atau *General Accepted Accounting Principle (GAAP)*, atau sejenisnya. Kinerja keuangan memiliki sifat historis karena mengacu pada data keuangan yang telah terjadi di masa lampau. Informasi mengenai pendapatan, asset, biaya, ekuitas, dan kewajiban perusahaan dalam laporan keuangan mencerminkan aktivitas dan hasil keuangan perusahaan di periode sebelumnya. Evaluasi kinerja perusahaan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan aspek keuangan maupun non-keuangan.

Penilaian kinerja keuangan bisa dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan. Karena pada laporan keuangan tersaji laporan arus kas, laba rugi, serta neraca yang merupakan sebuah informasi utama yang sangat diperlukan dalam penilaian kinerja keuangan. Menurut Gunawan dan Made (2013) mengatakan

bahwasannya rasio keuangan, yang berasal dari kombinasi data dari laporan keuangan, seperti likuiditas, profitabilitas, efisiensi, dan solvabilitas, dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Akan tetapi, penggunaan rasio keuangan dalam penilaian kinerja keuangan memiliki beberapa kelemahan (Ratnasari *et al*). Kelemahan itu sendiri seperti tidak ada pertimbangan terkait dengan faktor non-keuangan yang mana hal tersebut termasuk juga hal penting dalam menilai suatu kinerja keuangan pada perusahaan. Kelemahan ini dapat diatasi dengan menggunakan ide tentang pengukuran kinerja keuangan yang berpusat pada nilai tambah. Nilai tambah ekonomi (EVA), nilai tambah keuangan (FVA), dan nilai tambah pasar (MVA) adalah beberapa metode untuk mengukur kinerja keuangan yang memperhitungkan nilai tambah yang dihasilkan oleh perusahaan. Kinerja pasar, seperti *earning per share* (EPS), juga dapat menunjukkan kinerja keuangan perusahaan dan potensi keuntungan bagi pemegang saham atau investor.

Pada penelitian ini, dalam menilai kinerja pasar penulis menggunakan *earning per share* (EPS) sebagai pengukuran keuntungan bersih per lembar saham yang dipahami sebagai rasio yang mengukur suatu pendapatan perusahaan yang telah dikurangkan dengan harga pokok penjualan, pengeluaran dll dibagi dengan jumlah saham yang beredar dan seberapa menguntungkan perusahaan di mata investor. EPS menjadi penting karena investor seringkali menerapkan rasio ini sebagai faktor penentu dalam pengambilan keputusan investasi. Perusahaan yang menguntungkan di mata investor akan selalu berhasil menjaga kualitas kinerjanya, karena dengan EPS yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dapat mengembalikan laba lebih banyak kepada para pemegang sahamnya. Sebaliknya, perusahaan dengan *earning per share* (EPS) yang menurun dapat menunjukkan kinerja yang buruk dan menjadi sinyal negative bagi investor.

Economic value added (EVA) menjadi sarana dalam evaluasi nilai tambah perusahaan. Di sisi lain, pendapat dari Bringham & Houston, (2011), EVA adalah perkiraan keuntungan ekonomi aktual Perusahaan dari tahun ke tahun, yang berbeda secara signifikan dari laba akuntansi. Dalam perhitungan EVA, keuntungan operasional bersih setelah pajak (NOPAT) dikurangi biaya modal yang dikeluarkan. Biaya modal ini mencakup biaya untuk modal yang digunakan

dalam investasi perusahaan, seperti biaya bunga dan imbal hasil yang diharapkan oleh pemegang saham. Jika EVA positif, menunjukkan perusahaan telah mencapai tujuan untuk menciptakan nilai tambahan untuk shareholder, yang sesuai dengan tujuan perusahaan untuk terus meningkatkan nilai pemegang sahamnya.

Financial value added (FVA) adalah pendekatan baru supaya mampu mendapatkan hasil evaluasi kinerja dan nilai tambah perusahaan. FVA menghitung kontribusi aktiva tetap terhadap pencapaian keuntungan bersih perusahaan (Teacher *et al.*, 2005). FVA yang bernilai positif artinya perusahaan tersebut dapat memberikan nilai tambahan finansial bagi pemegang saham, sedangkan nilai FVA negatif tidak memberikan nilai tambah bagi perusahaan dan bagi perusahaan tidak menambah nilai pengalaman sehingga mempengaruhi investor yang kurang berminat untuk berinvestasi (Hermawan, 2015; Ratnasari, *et al.*, 2013). Dengan menggunakan FVA, perusahaan dapat mengevaluasi efisiensi penggunaan asset tetap dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kinerja keuangan.

Market Value Added (MVA) adalah alat yang berharga untuk meningkatkan nilai pasar investasi investor dengan menilai perbedaan antara nilai pasar saham perusahaan dan jumlah modal yang dikeluarkan. MVA memiliki keunggulan dalam mengukur kinerja keuangan karena merupakan ukuran nilai tambah perusahaan yang diberikan kepada investor untuk menciptakan kekayaan dan kesuksesan (Husniawati; 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Marginingsih (2022) menghadirkan variabel (MVA), dan (EVA) untuk menganalisis kinerja keuangan pada PT. Electronic City Indonesia Tbk. Selain itu temuan Mohamad *et al.* (2020) yang memanfaatkan (FVA) dan (EVA) untuk menganalisis kinerja keuangan pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) tahun 2014-2018. Siswahyuni, (2017) melakukan penelitian menggunakan (EVA) dan rasio profitabilitas sebagai indikator dalam menganalisis kinerja keuangan pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Tahun 2013-2015. Studi ini menggunakan rasio profitabilitas berupa ROI, *profit margin on sales*, EPS, dan ROE.

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa metode EVA sering kali dipakai ketika evaluasi nilai perusahaan terhadap kinerja keuangan, maka dari itu

membuat penulis mencoba menambahkan metode FVA, MVA, dan EPS pada penelitian ini agar dapat menambah pembandingan dalam keputusan investasi oleh investor. Permasalahan ini akan dikaji lebih mendalam sehingga terbentuk judul, **“Analisis kinerja keuangan berdasarkan metode EVA, FVA, MVA, EPS pada perusahaan kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah disampaikan, berikut adalah rumusan masalah yang dapat dirumuskan:

1. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga tahun 2019-2021 dengan metode *economic value added* (EVA)?
2. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga tahun 2019-2021 dengan metode *financial value added* (FVA)?
3. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga tahun 2019-2021 dengan metode *market value added* (MVA)?
4. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga tahun 2019-2021 dengan rasio *earning per share* (EPS)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dapat dirumuskan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan perusahaan dengan metode *economic value added* (EVA)
2. Untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan perusahaan dengan metode *financial value added* (FVA)
3. Untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan perusahaan dengan metode *market value added* (MVA)
4. Untuk mengetahui bagaimana kinerja keuangan perusahaan dengan metode *earning per share* (EPS)

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang termuat dalam hasil terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, keluaran yang diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi pedoman atau kontribusi bagi industry yang bisa dimanfaatkan oleh pihak yang memerlukan sebagai titik perbandingan, peningkatan serta pertimbangan untuk riset berikutnya.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang terkandung adalah:

a. Bagi Investor

Kegunaan bagi para investor adalah sebagai bahan referensi dalam membuat keputusan investasi. Data mengenai kinerja keuangan perusahaan yang dipersembahkan dalam penelitian ini dapat membimbing para investor dalam menilai peluang laba dan risiko yang terkait dengan investasi mereka.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti dalam hal peningkatan wawasan dan pemahaman mengenai masalah yang diteliti. adanya penelitian ini, diharapkan peneliti dapat mengembangkan cara berpikir dan meningkatkan kemampuan analisis serta metodologi penelitian.

c. Bagi universitas

Penelitian ini memberikan manfaat bagi Universitas Internasional Semen Indonesia, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, serta menjadi sumber wawasan tambahan yang dapat digunakan sebagai referensi di universitas. Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya dan mendorong pengembangan pengetahuan di bidang tersebut.