

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Analisis rasio keuangan merupakan suatu alat analisa yang dipakai oleh perusahaan untuk menilai dan menganalisis kinerja keuangan berdasarkan data perbandingan masing-masing pos yang terdapat di dalam laporan keuangan contohnya laporan Laba rugi, Neraca, dan Arus kas dalam kurun waktu tertentu. Setiap tutup periode akhir bulan, biasanya accounting perusahaan menyiapkan dan menyusun laporan keuangan yang terdiri dari laporan neraca, rugi laba, arus kas, perubahan modal, dan laporan tersebut nantinya akan diserahkan kepada pimpinan perusahaan.

Tujuan laporan keuangan adalah untuk memberikan sebuah gambaran dan penjelasan informasi mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan yang dapat dijadikan pedoman dalam mengambil keputusan bisnis. Analisis data laporan keuangan dilakukan dengan menganalisa masing-masing pos yang terdapat di dalam laporan keuangan dalam bentuk rasio posisi keuangan dengan tujuan agar dapat memaksimalkan kinerja perusahaan untuk masa yang akan datang

Perkembangan dunia usaha mengalami pertumbuhan yang pesat, hal ini menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin kompetitif. Pertumbuhan dunia usaha yang pesat dikarenakan oleh berbagai faktor, salah satu contoh faktor yang mempengaruhi yaitu faktor teknologi yang dari zaman ke zaman terus berkembang semakin canggih. Perusahaan menyadari munculnya berbagai tantangan yang harus dihadapi, baik perusahaan sejenis di dalam negeri maupun yang berasal dari luar negeri.

Kosmetik telah ada selama ribuan tahun. Ketika orang mendengar kata kosmetik, mereka cenderung berpikir bahwa make up dan parfume dirancang

khusus untuk wanita. Kosmetik datang dalam berbagai bentuk, mulai dari bubuk, makeup wajah (lipstik, *eyeliner*, *mascara*, pensil alis, bedak, *foundation*, *blush on*), sabun, shampoo, conditioner, parfume, *body lotion*, masker, lulur, *colone*, deodorant, dan pasta gigi. Kita bisa melacak kembali penggunaan kosmetik sejak dari ribuan tahun yang lalu, ketika orang-orang dicat tubuhnya untuk upacara keagamaan, perang dan ritual pernikahan. Kosmetik digunakan untuk mempercantik dan mencakup berbagai macam produk.

Semakin banyak perusahaan kosmetik juga bersaing untuk menjangkau semua jenis konsumen. Karena teknologi revolusioner, semakin banyak perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk bagi konsumen mereka tanpa memandang jenis kelamin, kelompok umur, dan bahkan latar belakang etnis.

Nilai pasar (*market size*) industri kosmetik di Indonesia tahun 2015 diestimasi tumbuh 9% menjadi Rp 64,3 triliun dibanding 2014 sebesar Rp 59,03 triliun, menurut [perhitungandatataduniaindustri.com](http://perhitungandatataduniaindustri.com). Pertumbuhan tersebut dikategorikan relatif tinggi seiring perlambatan perekonomian nasional. Kosmetik juga termasuk industri strategis dan potensial mengingat terdapat 760 perusahaan kosmetik yang tersebar di Indonesia serta mampu menyerap 75.000 tenaga kerja langsung dan 600.000 tenaga kerja tidak langsung. Pertumbuhan tersebut dikategorikan relatif tinggi seiring perlambatan perekonomian nasional. Dari sisi ekspor, industri kosmetik ditaksir tumbuh 20% menjadi US\$ 406 juta. ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id), 2013).

Industri kosmetik Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat sehingga keadaan ini menimbulkan persaingan bisnis yang kompetitif dan ketat. Jumlah penduduk sekitar 250 juta jiwa, menjadikan Indonesia pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik. Kendati mayoritas industri kosmetik membidik target konsumen utama kaum wanita, belakangan mulai berinovasi dengan produk-produk untuk pria. Perkembangan industri kosmetik Indonesia tergolong solid.

Kondisi tersebut juga membuat persaingan di dalam dunia perekonomian juga semakin tajam antar perusahaan yang sejenis, misalnya yaitu PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk. Yang merupakan produsen terbesar di Indonesia yang bergerak di sektor industri kosmetik dan alat keperluan rumah tangga. Untuk mampu bersaing dan memuaskan konsumen tentunya suatu *brand* harus mempunyai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan brand pesaing serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pihak perusahaan kosmetik dituntut untuk jeli dalam menggali informasi mengenai preferensi konsumen dan mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Dengan *brand* yang sudah melekat pada memori konsumen, maka akan lebih mudah bagi perusahaan untuk menciptakan *customer satisfaction* terhadap konsumen. Melalui *customer satisfaction* tersebut maka tercipta *loyalty intention*.

Penulis memilih PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk sebagai objek karena kedua perusahaan tersebut lebih unggul dalam segi pendapatan laba, dalam segi pemasaran, dan lainnya dibandingkan dengan pesaingnya yaitu PT Martina Berto Tbk dan PT Mustika Ratu Tbk. Tujuan utama dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui posisi dan kondisi keuangan perusahaan yang akan berguna bagi manajemen dan pihak-pihak yang berkepentingan lain seperti pemilik perusahaan, manajer, kreditor, investor, dan pemerintah. Melalui analisis rasio keuangan, manajemen dapat mengetahui perubahan posisi dan kinerja perusahaan dalam beberapa periode agar manajemen mengetahui posisi peningkatan atau penurunan keuangan perusahaan.

Informasi tentang posisi keuangan perusahaan, kinerja perusahaan, aliran kas perusahaan, dan informasi lain yang berkaitan dengan keuangan perusahaan dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Untuk memahami laporan keuangan, dibutuhkan alat analisis laporan keuangan.

Analisis laporan keuangan adalah seri untuk mengubah data dari laporan keuangan ke informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan. Analisis laporan keuangan ke informasi yang berguna bagi pengambilan keputusan.

Analisis laporan keuangan meliputi perhitungan-perhitungan dan interpretasi rasio keuangan. Tinjauan dari analisis laporan keuangan dapat membantu para pelaku bisnis, pemerintah, dan para pemakai laporan keuangan lainnya dalam menilai kondisi keuangan suatu perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu dengan tujuan utama untuk menentukan estimasi dan prediksi yang paling mungkin mengenai kondisi dan kinerja perusahaan pada masa mendatang.

Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu yang menggambarkan kondisi empiris suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang telah disepakati dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja dan perkembangan keuangan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, melunasi kewajiban-kewajibannya, keefektifan perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang ada, serta modal kerja yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Menurut Munawir (2004:2) Laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi antara data keuangan atau aktivitas suatu perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan data atau aktivitas dari perusahaan tersebut. Laporan keuangan meliputi : neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan ekuitas, dan lain-lain. Dalam laporan keuangan pasti selalu menganalisis rasio keuangan. Analisis rasio merupakan bentuk atau cara yang umum digunakan dalam analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan atau kelemahan dibidang keuangan. Penggunaan analisis rasio untuk melakukan analisis laporan keuntungan akan menggunakan ukuran-ukuran tertentu yang disebut dengan rasio.

Macam-macam analisis rasio keuangan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu : (1) Analisis Rasio Likuiditas, (2) Analisis Rasio Profitabilitas, (3) Analisis Rasio Solvabilitas, (4) Analisis Rasio Aktivas. Rasio Likuiditas berasal dari kata likuid yang berarti cair. Suatu perusahaan dikatakan likuid apabila perusahaan itu mampu membayar hutang jangka pendeknya tepat waktu. Dengan kata lain, rasio Likuiditas adalah rasio yang mengukur

kemampuan perusahaan agar segera memnuhi jangka pendeknya. Rasio Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio Solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya. Rasio Aktivitas adalah rasio yang mengukur sejauh mana efektivitas penggunaan asset dengan melihat tingkat aktivitas asset (Palikhatun dan Putri Nugrahaningsih 2007:21,25,30,33).

Latar belakang tersebut mendorong penulis untuk meneliti dan menganalisis perbandingan kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk, dan PT Mandom Indonesia Tbk yang merupakan produsen terbesar di dalam sektor industry kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dilihat dari rata-rata penjualan selama 4 tahun. Yaitu pada tahun 2012-2015. Seiring perkembangan dunia bisnis yang pesat, pihak manajemen harus semakin kreatif menciptakan inovasi-inovasi dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan, apalagi di kondisi perekonomian Indonesia yang cenderung fluktuatif. Persaingan usaha dalam industri sejenis juga diperkirakan akan semakin tajam. Hal-hal tersebut akan sangat mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, penulis akan menganalisis kinerja keuangan perusahaan antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk dengan metode analisis rasio likuiditas, analisis rasio profitabilitas, analisis rasio solvabilitas, dan analisis rasio aktivitas yang diambil dari data laporan keuangan tahunan perusahaan pada tahun 2012-2015. Maka dengan adanya acuan latar belakang diatas, penulis membuat judul **“ANALISIS RASIO KEUANGAN SEBAGAI DASAR PEMBANDING UNTUK MENILAI KINERJA KEUANGAN ANTARA PT UNILEVER INDONESIA TBK dan PT MANDOM INDONESIA TBK PERIODE 2012-2015”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dibahas dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk pada periode 2012-2015 ditinjau dari Rasio Likuiditas?
2. Bagaimana kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk pada periode 2012-2015 ditinjau dari Rasio Profitabilitas?
3. Bagaimana kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk pada periode 2012-2015 ditinjau dari Rasio Solvabilitas?
4. Bagaimana kinerja keuangan PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk pada periode 2012-2015 ditinjau dari Rasio Aktivitas

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menentukan perbandingan kinerja antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk berdasarkan rasio likuiditas pada laporan keuangan periode 2012-2015
2. Menentukan perbandingan kinerja antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk berdasarkan rasio profitabilitas pada laporan keuangan periode 2012-2015
3. Menentukan perbandingan kinerja antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk berdasarkan rasio solvabilitas pada laporan keuangan periode 2012-2015
4. Menentukan perbandingan kinerja antara PT Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk berdasarkan rasio aktivitas pada laporan keuangan periode 2012-2015

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan diatas, maka manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. penelitian ini bermanfaat untuk dapat membantu masyarakat dengan menyediakan informasi kecenderungan dan perkembangan terakhir kemakmuran perusahaan serta rangkaian aktivitasnya, sekaligus dapat membantu masyarakat yaitu sebagai konsumen untuk membandingkan dan memilih produk dari perusahaan mana yang lebih baik dan unggul sebelum mereka membeli produk tersebut.
- b. Sebagai referensi atau sumber informasi untuk penelitian selanjutnya sebagai upaya untuk mendukung penelitian selanjutnya yang lebih kritis tentang analisis rasio sebagai penilai kinerja keuangan.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Diharapkan dapat menjadi sumbangsih pemikiran dan menjadi bahan masukan bagi pemimpin PT. Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk dalam melakukan penilaian kinerja keuangan perusahaan. Serta untuk memberikan kontribusi penganalisaan kinerja keuangan dengan teknik analisis rasio dan informasi dalam penganalisisan laporan keuangan perusahaan mereka, sehingga dapat lebih mempermudah pemimpin PT. Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk dalam mengelola perusahaan dan perkembangannya kedepan.
- b. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada PT. Unilever Indonesia Tbk dan PT Mandom Indonesia Tbk dan membandingkan kinerja keuangan yang lebih unggul diantara keduanya sehingga sebagai pertimbangan dan memudahkan investor dalam mengambil keputusan.
- c. Memberikan gambaran dan manfaat bagi pihak lain yang memerlukan dan menjadikan suatu inspirasi ketika mempelajari ruang lingkup dalam memprediksi posisi keuangan suatu perusahaan yang akan dikelola.

