

BAB I

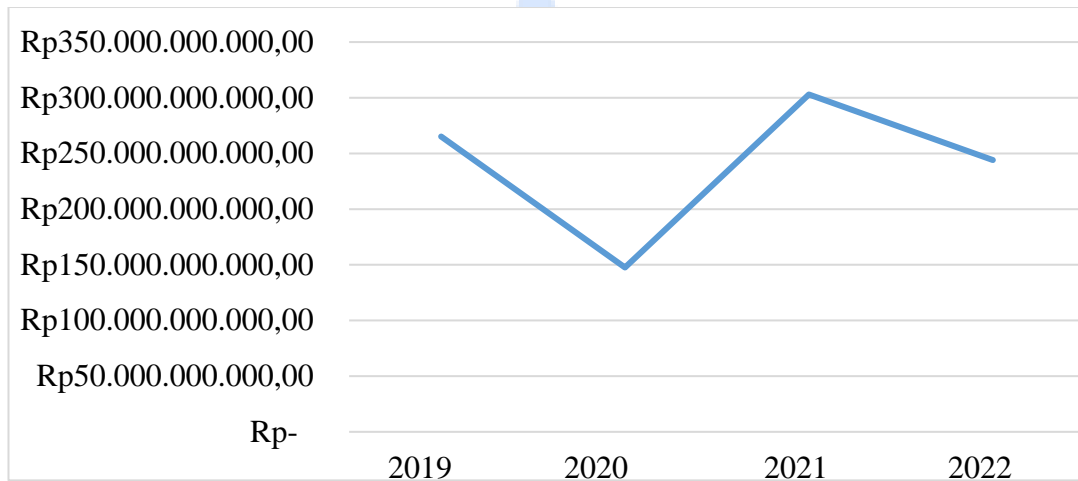
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk bisa bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang banyak. Perusahaan harus bersaing demi mendapatkan modal dari luar agar kegiatan operasional dapat berjalan dengan lancar (Putra & Marjohan, 2022). Keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan laba menunjukkan konsistensi dan kredibilitas perusahaan terutama kepada para investor. Laba berguna bagi investor untuk memprediksi seberapa besar imbalan investasi yang akan diterima pada suatu perusahaan. Perubahan laba pada perusahaan dapat ditentukan oleh sejumlah faktor yaitu menyangkut kemampuan perusahaan di dalam mengelola utang baik yang berjangka pendek maupun yang berjangka panjang serta kemampuan perusahaan di dalam pengelolaan aktiva perusahaan yang tercermin dari kinerja perusahaan. (Hadi, 2022).

Saputra (2023) mengemukakan bahwa laporan keuangan merupakan aspek yang digunakan guna mengukur kinerja suatu perusahaan. Laporan keuangan tahunan mencerminkan status keuangan perusahaan pada setiap tahun (Harahap, 2018:105). Laporan keuangan merupakan penyajian terstruktur dari posisi keuangan serta kinerja keuangan dari suatu entitas (PSAK No. 1, 2019). Laporan keuangan dapat juga diartikan sebagai hasil dari kegiatan pencatatan seluruh transaksi keuangan di sebuah perusahaan (Prihadi, 2020:8).

Salah satu faktor untuk menarik investor adalah besarnya keuntungan yang akan mereka dapatkan dari investasi yang mereka berikan kepada perusahaan. Fenomena lapangan pada perusahaan *advertising* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022 dapat dilihat pada gambar 1:



Sumber: data diolah oleh Peneliti, 2023

Gambar 1. 1
Laba rata-rata Perusahaan Advertising

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa rata-rata laba perusahaan *advertising* di Indonesia selalu mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Tahun 2019 rata-rata laba perusahaan *advertising* sebesar Rp 260.000.000.000,00 sementara pada tahun 2020 laba perusahaan mengalami penurunan, namun pada tahun 2021 laba perusahaan *advertising* naik dikisaran Rp 300.000.000.000,00. Tahun 2022 laba rata-rata perusahaan *advertising* kembali mengalami penurunan.

Tabel 1. 1

Perubahan Laba pada Perusahaan Advertising yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia perioden 2019-2022

No	Tahun	Rata-rata laba perusahaan advertising	Selisih dari tahun sebelumnya	Persentase
1	2019	Rp 265.277.010.807,00	Rp 78.767.293527,00	143%
2	2020	Rp 147.559.170.831,00	(Rp 117.667.839.976,00)	-56%
3	2021	Rp 302.947.602.396,00	Rp 155.388.431.565,00	205%
4	2022	Rp 244.122.499.376,00	(Rp 58.825.103.020,00)	-81%

Sumber: www.idx.co.id, 2023

Pada tabel 1.1 fenomena perubahan laba diatas menunjukkan bahwa rata-rata laba perusahaan *advertising* pada tahun 2019-2022 selalu mengalami fluktuasi. Dapat dilihat rata-rata dari laba perusahaan dari tahun 2019 sebesar Rp 265.277.010.807,00 sedangkan pada tahun 2020 rata-rata laba mengalami penurunan menjadi Rp 147.559.170.831,00. Dilihat dari tahun sebelumnya yakni 2019 penurunan rata-rata laba perusahaan *advertising* sebesar Rp 117.667.839.976,00. Berarti turun 56 persen dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2021 keuntungan rata-rata perusahaan *advertising* mengalami kenaikan menjadi Rp 302.947.602.396,00 yang berarti naik sebanyak Rp 155.388.431.565,00 yang berarti naik 205 persen dari tahun 2020. Rata-rata laba perusahaan *Advertising* kembali turun pada tahun 2022 menjadi Rp 244.122.499.376,00, ini berarti turun sebesar Rp 58.825.103.020,00 atau 81 persen dari tahun sebelumnya.

Perusahaan akan dapat dikatakan mencapai kesuksesan serta berhasil dalam memenangkan persaingan jika bisa memperoleh laba dan pertumbuhannya yang

maksimal dengan penggunaan modal yang minimal (Bani, 2022). Kenaikan atau penurunan laba dapat diartikan sebagai perubahan laba. Perubahan laba yang meningkat dari tahun ke tahun akan memberikan indikasi yang baik mengenai kinerja keuangan suatu perusahaan. Guna meningkatkan laba diperlukannya pengelolaan keuangan yang baik. Perubahan laba yang tidak stabil menjadi kendala bagi kelangsungan suatu perusahaan (Ratnasiwi & Idris, 2022). Laporan keuangan merupakan sumber penting untuk mempelajari situasi dan kinerja keuangan suatu perusahaan (Tamba & Hutabarat, 2022).

Dalam menyajikan informasi laporan keuangan suatu perusahaan dapat menggunakan analisis rasio. Rasio merupakan alat kinerja yang paling umum digunakan oleh manajer dalam kinerja perusahaannya. Analisis rasio terbagi menjadi lima rasio yakni rasio Likuiditas, rasio solvabilitas, rasio pasar, rasio profitabilitas dan rasio aktivitas (Azzahra, 2021). Rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan yang mendesak atau harus segera dipenuhi. Rasio yang tergabung dalam rasio likuiditas antara lain: rasio lancar (*Current ratio*), rasio cepat (*Quick ratio*) dan rasio lambat (*cash ratio*). *Current ratio* berfungsi sebagai pengganti rasio likuiditas. Rasio likuiditas dapat digunakan untuk mengukur tingkat keamanan kreditur dalam jangka pendek dan mengukur operasi perusahaan akan terganggu atau tidak jika kewajiban jangka pendek segera ditagih. Semakin rendah bahaya likuidasi dan semakin rendah risiko yang harus dihadapi investor, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. *Current Ratio* menggambarkan seberapa baik aset lancar menyeimbangkan kewajiban lancar.

Semakin besar perbandingan aktiva lancar dan kewajiban lancar semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya (Herliana, 2021).

Permasalahan yang ada didalam penelitian ini yaitu masih adanya hubungan mengenai pengaruh dari *current ratio*, *debt to total asset ratio*, *return on asset* dan *earning per share* terhadap perubahan laba perusahaan *advertising*. *Research Gap* penelitian sebagai berikut: Priyono, dkk (2022) menyatakan bahwa *Current ratio* berpengaruh terhadap perubahan laba. *Current Ratio* (CR), *Inventory Turn Over* (ITO), *Debt to total Assets Ratio* (DAR) dan *Net profit Margin* (NPM) terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan laba (Zahara & Kardi, 2022).

Debt to Total Assets berpengaruh terhadap perubahan laba secara simultan (Jie & Pradana, 2021). Ugeng Budi (2020) menyatakan bahwa *Debt to Total Assets Ratio* tidak ada berpengaruh yang signifikan terhadap perubahan laba.

Return on Assets berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan laba Ratnasiwi & Idris (2022). Sama halnya dengan Martini, (2021) yang menyatakan bahwa *Return on Assets* berpengaruh terhadap Perubahan laba. Berbeda dengan (Satria & Riffani, 2022) yang menyatakan bahwa *Return on Assets* tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan laba.

Öztürk & Karabulut (2018) menyatakan bahwa *Earning per share* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan laba. Berbeda dengan Chaeriyah, dkk (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Earning per share* tidak berpengaruh terhadap perubahan laba.

1.2 Ruang Lingkup

1.2.1 Variabel dependen dari penelitian ini yakni Perubahan Laba

1.2.2 Variable independen dari penelitian ini yakni *current ratio*, *debt to total assets ratio*, *return on asset* dan *earning per share*

1.2.3 Obyek penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan *advertising* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022

1.2.4 Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juli sampai bulan Agustus 2023.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang pada tabel 1.1, dapat diketahui permasalahan yang ada didalam penelitian ini yaitu perubahan laba yang berkembang tidak stabil berdampak pada kurang optimalnya tingkat kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan. Kurangnya perusahaan dalam memperhartikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum pajak. Atas permasalahan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Bagaimana pengaruh *Current ratio* pada Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?

1.3.2 Bagaimana pengaruh *Debt to Total assets ratio* pada Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?

1.3.3 Bagaimana pengaruh *Return on assets* pada Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?

- 1.3.4 Bagaimana pengaruh *Earning per share* pada Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022?
- 1.3.5 Bagaimana pengaruh *Current Ratio*, *Debt to Total Assets ratio*, *Return on Assets* dan *Earning per share* secara bersama-sama pada Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022 secara bersama-sama?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, didapatkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1.4.1 Menganalisis pengaruh *Current ratio* terhadap Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022.
- 1.4.2 Menganalisis pengaruh *Debt to total assets ratio* terhadap Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022.
- 1.4.3 Menganalisis pengaruh *Return on assets* terhadap Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022.
- 1.4.4 Menganalisis pengaruh *Earning per share* terhadap Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022.

1.4.5 Menganalisis pengaruh *Current Ratio*, *Debt to Total Assets ratio*, *Return on Assets* dan *Earning per share* secara bersama-sama terhadap Perubahan Laba pada perusahaan *Advertising* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022 secara bersama-sama.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam pertimbangan tentang pentingnya menganalisis rasio perusahaan sehingga para investor dapat lebih selektif dalam memilih perusahaan untuk berinvestasi sehingga dapat memberikan keuntungan tertinggi.

1.5.2 Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan manajemen investasi dalam operasionalnya sehingga secara tidak langsung dapat menjadi alternative bagi perusahaan.

b. Bagi investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam pertimbangan tentang pentingnya mempelajari dan

mengetahui kinerja dari perusahaan *anvertising* sehingga investor dapat selektif dalam menentukan perusahaan mana yang akan dipilih untuk investasi.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dunia pendidikan khususnya mengenai kinerja perusahaan yang dianalisis menggunakan *current ratio*, *debt to total assets ratio*, *return on assets* dan *earning per share* serta pengaruhnya terhadap perubahan laba.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam dunia pendidikan khususnya mengenai kinerja perusahaan yang dianalisis menggunakan *current ratio*, *debt to total assets ratio*, *return on assets* dan *earning per share* serta dapat memperkaya wawasan pembaca terkait pengetahuan tentang kinerja perusahaan

