

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tren industri kecantikan berkembang pesat di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Negara ini secara umum diakui sebagai salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan paling cepat secara global untuk kategori pasar “*cosmetic & toiletries*”. Apalagi, dewasa ini Indonesia merupakan salah satu penyumbang kekuatan perekonomian di Asia. Dengan pertumbuhan pangsa pasar yang juga amat menjanjikan di tahun 2009 Menurut Indonesia Finance Today. Hal ini mendorong berbagai industri kosmetik tetap terus berinovasi dalam memenuhi permintaan pasar yang semakin meningkat.

Nilai pasar (*market size*) industri kosmetik di Indonesia tahun ini diestimasi tumbuh 9% menjadi Rp 64,3 triliun dibanding 2014 sebesar Rp 59,03 triliun, (www.duniaindustri.com). Pertumbuhan tersebut dikategorikan relatif tinggi seiring perlambatan perekonomian nasional.

Pendorong pertumbuhan pasar industri kosmetik terutama karena adanya pergeseran tren kecantikan yang menumbuhkan diversifikasi produk kosmetik yang lebih luas serta peningkatan kesadaran terkait kecantikan untuk konsumen pria maupun wanita dalam berbagai kategori umum. Nilai pasar industri kosmetik yang dihitung berdasarkan kompilasi dan estimasi (www.duniaindustri.com) mencakup produk kosmetik buatan lokal maupun impor. Produk kosmetik itu meliputi produk

berbasis kecantikan mulai dari bedak dan produk *make up*, pelembab kulit, produk pemutih kulit, sabun kecantikan muka, krim wajah, produk spa, minyak wangi dan *deodorant*, produk perawatan tubuh, produk pewarna rambut, pil diet dan obat langsing, jamu kecantikan, hingga produk pewangi.

Perhitungan nilai pasar industri kosmetik ini lebih tinggi dibanding data dari Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi). Perkosmi sebelumnya memperkirakan pada 2013 penjualan kosmetik tumbuh 15% menjadi Rp 11,22 triliun dibanding 2012 sebesar Rp 9,76 triliun. Sementara produk kecantikan dan perawatan tubuh global pada 2012 mencapai US\$ 348 miliar, tumbuh tipis US\$ 12 miliar dibanding tahun sebelumnya, berdasarkan data Euro Monitor.

Nuning S Barwa, Ketua Umum Perkosmi, mengatakan pertumbuhan volume penjualan kosmetik ditopang oleh peningkatan permintaan, khususnya dari konsumen kelas menengah. Pertumbuhan penjualan kosmetik juga didorong oleh tren kenaikan penggunaan kosmetik oleh kaum pria. “Dulu pria tidak tertarik membeli produk perawatan kulit yang maskuhn, tapi sekarang ketertarikan mereka tinggi,” katanya.

PT. Mustika Ratu, Tbk menciptakan produk obat-obatan untuk perawatan kecantikan yang memanfaatkan bahan-bahan herbal tradisional Indonesia dan ekstrak tanaman lainnya yang tidak membahayakan kulit seperti perawatan wajah, perawatan tubuh dan perawatan rambut, PT. Mustika Ratu, Tbk juga memproduksi produk-produk *make up* dekoratif yang tidak menggunakan bahan-bahan kimia berbahaya yang dapat merusak kulit wanita.

PT. Mustika ratu, Tbk merupakan salah satu perusahaan manufacturing yang tercatat (*listing*) di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 27 juli 1995 dengan menerbitkan 80.000.000 lembar saham pada perdagangan perdananya.

Saat ini, ada banyak produsen kosmetik di Indonesia. Tetapi hanya sedikit perusahaan yang memproduksi kosmetik dengan bahan baku alami atau herbal. Mustika Ratu sebagai produsen kosmetik dan perawatan kesehatan muncul sebagai pelopor dalam mengembangkan produk dengan menggunakan bahan herbal. Dengan pengalaman lebih dari 30 tahun di dalam industri ini, Mustika Ratu dapat mempertahankan secara konsisten budaya asli Indonesia. Era modern tidak menghambat penjualan Mustika Ratu untuk tumbuh. Sebagai bukti, Mustika Ratu membuktikan kelasnya dengan menjadi salah satu produsen kosmetik dan perawatan kesehatan terbesar di Indonesia. Di 2010, angka laba bersih naik sebesar 16,19% menjadi Rp 24 miliar dari sebelumnya Rp 21 miliar di periode yang sama di 2009. Peningkatan laba bersih juga terjadi pada 1Q2011. Mustika Ratu mencatatkan penjualan sebesar Rp 83 miliar, lebih baik dari 1Q2010 yang hanya Rp 79 miliar.

Di era globalisasi modern dalam kegiatan pasar ini tantangan bagi para pelaku industri kosmetik di dalam negeri memang tidak hanya berasal dari persaingan antar sesama pemain lokal tetapi juga para pelaku industri di luar negeri. Tidak hanya itu sejak pertengahan tahun lalu, China juga terus memberikan inovasi-inovasi peredaran kosmetik impor dengan produk-produknya yang terkenal murah di dalam negeri. Namun Mustika Ratu tidak terpengaruh dan terus menunjukkan keberhasilannya dengan memperoleh omset yang cukup tinggi, PT Mustika Ratu

mampu membukukan kenaikan penjualan 12,27% menjadi Rp345,58 miliar dibandingkan Rp307,80 miliar pada 2008. Laba usaha pada 2009 mencapai Rp41,55 miliar atau meningkat 64,24% dibandingkan dengan Rp25,30 miliar pada 2008. Analisis PT Pemeringkat Efek Indonesia (Pefindo) Dipo Akbar Panuntun menilai efisiensi perseroan berperan besar dalam pencapaian peningkatan laba usaha. “Mustika Ratu sukses menekan beban usaha dari 47,45% menjadi 44,44%, sehingga mereka membukukan margin usaha yang lebih baik yaitu sebesar 12,02% pada 2009 dibandingkan dengan 8,22% pada 2008,” paparnya dalam riset yang dipublikasikan pada 26 Oktober lalu. Pada periode Januari-September tahun ini, penjualan tumbuh 4,14% menjadi Rp252,41 miliar dibandingkan dengan Rp242,38 miliar pada periode yang sama tahun lalu.

Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan manajemen dalam melihat kemungkinan dan kesempatan dimasa yang akan datang, karena manajemen merupakan faktor internal perusahaan yang berperan penting dalam keberhasilan suatu perusahaan. Manajemen yang baik yaitu harus pandai melihat dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada dan memiliki potensi bisnis yang tepat sasaran agar dapat memaksimalkan laba yaitu tujuan setiap perusahaan. Namun fungsi lain dari manajemen tidak hanya memaksimalkan laba saja, tetapi memiliki tujuan yang mampu memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainable* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan. (Fahmi, 2015:02).

Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, seperti kondisi perekonomian, pangsa pasar

perusahaan, kualitas manajemen, informasi industri dan lain-lain yang lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan. Pada tahap lebih lanjut laporan keuangan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan, dengan begitu laporan keuangan diharapkan akan membantu bagi para pengguna (*user*) untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial.

Analisis keuangan suatu perusahaan pada dasarnya untuk mengetahui posisi keuangan, hasil operasi dan perkembangan suatu perusahaan dengan cara mempelajari hubungan data keuangan serta kecenderungannya terdapat dalam suatu laporan keuangan, sehingga analisis laporan keuangan dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Ukuran kinerja yang paling lazim digunakan bagi suatu pusat investasi adalah pengembalian investasi *Return On Investment* (ROI), di beberapa referensi lainnya rasio ini juga ditulis dengan *Return on Asset* (ROA). ROA merupakan pengukuran yang komprehensif dimana semua mempengaruhi laporan keuangan tercermin dalam laporan. ROA mendorong manajer untuk memperhatikan pada hubungan antara penjualan, *cost*, dan investasi. Kedua, ROA mendorong manajer untuk menghemat *cost* atau fokus pada efisiensi biaya. Ketiga, ROA mencegah investasi yang dipandang berlebihan. Selain itu, data ROI dapat diketahui oleh pesaing dan dapat di jadikan dasar perbandingan.

Melalui penilaian kinerja keuangan, akan dapat dilakukan estimasi atas risiko yang dihadapi dan potensi yang dapat diperoleh perusahaan di masa mendatang.

Selain itu, penilaian tersebut juga dapat menjadi tolak ukur prestasi perusahaan untuk diperbandingkan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama. Terdapat beberapa alat ukur atau analisis yang dapat digunakan dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan, diantaranya : (1) Analisis Rasio Keuangan; (2) *Economic Value Added* (EVA); (3) *Balanced Scorecard*; (4) *Market Value Added* (MVA); dan (5) Analisis Sistem *Du Pont* (Warsono, 2003).

Dalam penelitian ini digunakan analisis *Du Pont* dikarenakan analisis *Du Pont* sebagai salah satu teknik analisis keuangan yang sifatnya menyeluruh dan manajemen bisa mengetahui tingkat efisiensi pendayagunaan aktiva. Analisis *Du Pont* dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas masing-masing produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga diketahui produk mana yang potensial. Dalam menganalisis laporan keuangan analisis *Du Pont* menggunakan pendekatan yang lebih integrative dan menggunakan laporan keuangan sebagai elemen analisisnya.

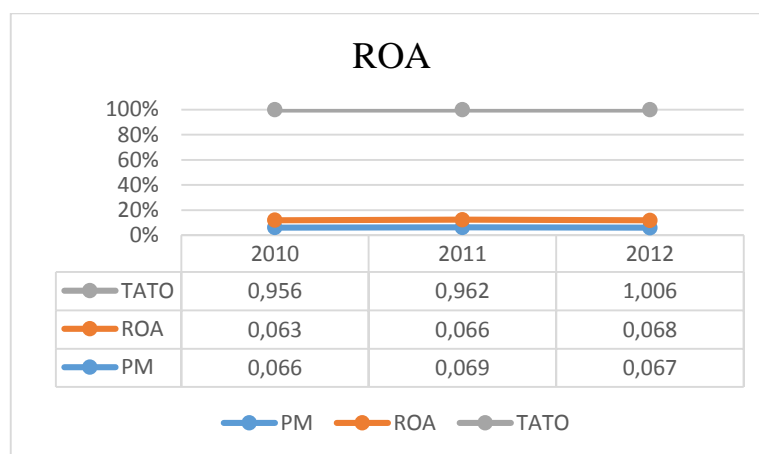
ROA yang terdapat dalam rasio profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan, dan pengendalian efektifitas suatu perusahaan dengan menggunakan Sistem *Du Pont*. *Du Pont* mengembangkan analisis yang memisahkan pemanfaatan aset (*aset utilization*). Analisis ini menggabungkan tiga macam rasio sekaligus yaitu, ROA, profit margin, dan perputaran aktiva. Analisis *Du Pont* dapat dikembangkan dengan memasukkan unsur penggunaan hutang (Hanafi dan Halim, 2012:86).

Brigham (2006:128) menyatakan bahwa persamaan *Du Pont* yang diperluas dirancang untuk menunjukkan bagaimana margin laba atas penjualan rasio perputaran total aktiva, dan penggunaan hutangan saling berinteraksi untuk

menentukan tingkat pengembalian atas ekuitas. Manajemen perusahaan dapat menggunakan persamaan *Du Pont* yang diperluas untuk menganalisis cara-cara untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Analisis ini dapat dikatakan tidak hanya fokus pada laba yang dicapai, tetapi juga pada investasi yang digunakan untuk menghasilkan laba tersebut.

Sistem *Du Pont* dapat membantu analisis untuk melihat bagaimana keputusan-keputusan perusahaan dan aktivitasnya sepanjang periode akuntansi yang diukur dengan rasio-rasio keuangan. ROA (*Return on Asset*) dengan menggunakan sistem analisis ini dapat mengevaluasi perubahan-perubahan kondisi dan kinerja.

Manajemen perusahaan diharuskan mampu mengelola dan menjalankan perusahaan agar lebih efektif dan efisien, sehingga tujuan perusahaan dalam memperoleh laba yang besar dapat tercapai. Berikut adalah grafik *Return on Asset* (ROA) periode 2010-2012.

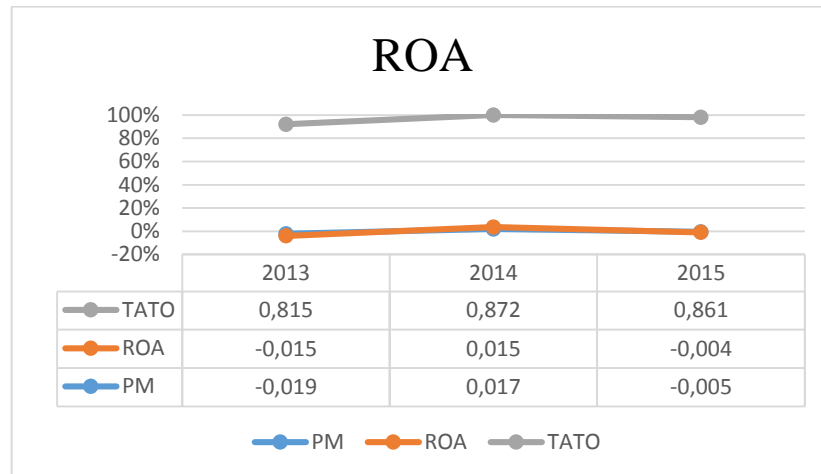


Gambar 1.1
Grafik ROA PT Mustika Ratu

Sumber :data diolah

Grafik di atas menunjukkan tren ROA yang tidak mengalami kenaikan secara signifikan. Dimulai dari tahun 2010 tren ROA PT Mustika Ratu sebesar 6,3% meningkat 0,03% di tahun 2011 menjadi 6,6%, kemudian pada tahun 2012 PT Mustika Ratu mengalami peningkatan sebesar 0,02% menjadi 6,8%, meskipun mengalami peningkatan akan tetapi dapat dikatakan PT Mustika kurang optimal dalam pemanfaatan total aset yang dimiliki sehingga masih banyak aset yang pemanfataannya belum maksimal. Misalkan aset yang kurang produktif atau aset yang menganggur sehingga tidak dapat menghasilkan *output* bagi perusahaan. Dengan adanya pengaruh kebijakan dari pemerintahan pada waktu itu seperti dengan adanya kebijakan harga BBM (Bahan Bakar Minyak) cenderung murah jika dibandingkan dengan pemerintahan saat ini, yang menyebabkan biaya-biaya cenderung lebih murah seperti biaya operasional, pembelian bahan baku, transportasi, listrik dan lain-lain sehingga dapat meningkatkan produksi dan penjualan, adanya pasar bebas seperti MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) yang menyebabkan produsen dalam negeri atau produk lokal harus bersaing dengan produk asing yang menawarkan harga yang lebih murah ataupun kualitas yang lebih unggul, dan kebijakan pemerintah dalam menentukan UMR (Upah Minimum Regional) yang mempengaruhi PT Mustika Ratu untuk mengeluarkan biaya tambahan untuk gaji pegawai PT Mustika Ratu. Hal inilah yang dihadapi PT Mustika Ratu dalam menghadapi kebijakan pemerintah.

Berikut adalah lanjutan grafik *Return on Asset (ROA)* periode 2013-2015.



Gambar 1.2
Lanjutan Grafik ROA PT Mustika Ratu

Sumber :data diolah

Grafik di atas menunjukkan tren ROA mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2012 Tren ROA PT Mustika Ratu sebesar 6,8% kemudian turun sebesar 6,65% menjadi 0,15% pada tahun 2013. Kemudian pada tahun 2014 PT Mustika Ratu mengalami peningkatan sebesar 3% menjadi 0,015%. Pada tahun 2015 tren ROA PT Mustika Ratu mengalami penurunan sebesar 1,9% menjadi -0,04%. Penilaian efektifitas perusahaan dengan menggunakan analisis sistem *Du Pont* dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan demikian pula dapat menelusuri penyebab masalah kondisi keuangan, kinerja perusahaan secara keseluruhan dan perusahaan dapat menganalisis cara-cara untuk meningkatkan kinerjanya. Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam usaha untuk memenuhi kepentingan para anggotanya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan merupakan prestasi manajemen. Penilaian prestasi atau kinerja

suatu perusahaan diukur karena dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal.

Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Penilaian kinerja keuangan selain diperlukan oleh investor sebagai pihak ekstern, juga bermanfaat bagi manajemen perusahaan sebagai pihak intern. Pihak intern perlu melakukan penilaian untuk dapat mengetahui bagaimana kinerja perusahaan mereka yang nantinya berpengaruh pada pengambilan keputusan. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan dengan sistem Du Pont pada PT Mustika Ratu yang merupakan perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk periode yang berlangsung tahun 2011 - 2015.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengambil judul **“ANALISIS DU PONT SYSTEM SEBAGAI ALAT PENGENDALIAN PERUSAHAAN (Studi pada perusahaan Kosmetik PT Mustika Ratu yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)”**.

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka fokus dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Laporan keuangan yang terdiri dari laporan laba rugi dan neraca perusahaan periode (2011-2015).
2. Analisis data menggunakan Sistem Du Pont
3. Studi kasus pada PT Mustika Ratu yang terdaftar di BEI.
4. Pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif.

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi penulis diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan yang telah dicapai oleh PT. Mustika Ratu pada periode 2010-2015.
2. Apa saja yang menjadi indikator dalam pencapaian kinerja keuangan pada PT. Mustika Ratu pada periode 2010-2015.
3. Bagaimana efektivitas dan efisiensi PT. Mustika Ratu periode 2010-2015 dengan menggunakan Sistem *Du Pont*.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah maka dapat dibentuk tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Profitabilitas perusahaan yang telah dicapai oleh PT. Mustika Ratu pada periode 2010-2015.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis yang menjadi indikator dalam pencapaian kinerja keuangan pada PT. Mustika Ratu periode 2010-2015.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas dan efisiensi PT. Mustika Ratu periode 2010-2015 dengan menggunakan Sistem *Du Pont*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Adapun kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan.
2. Dapat digunakan sebagai dasar studi untuk perbandingan dan referensi bagi penelitian yang sejenis.
3. Memberikan informasi perbandingan mengenai kenyataan sebenarnya dengan teori-teori yang ada di bangku perkuliahan.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Adapun kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Kegunaan penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai penilaian kinerja dan efektivitas suatu perusahaan dengan menggunakan analisis sistem Du Pont pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI.

2. Bagi Instansi

Kegunaan penelitian bagi instansi adalah sebagai masukan bagi instansi, mengenai sistem penilaian kinerja keuangan dan efektivitas perusahaan yang lebih akurat dengan menggunakan analisis sistem Du Pont.

3. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan tambahan bukti empiris mengenai kinerja keuangan dan efektivitas perusahaan berdasarkan konsep analisis sistem analisis Du Pont Sistem.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa khususnya.