

BAB I

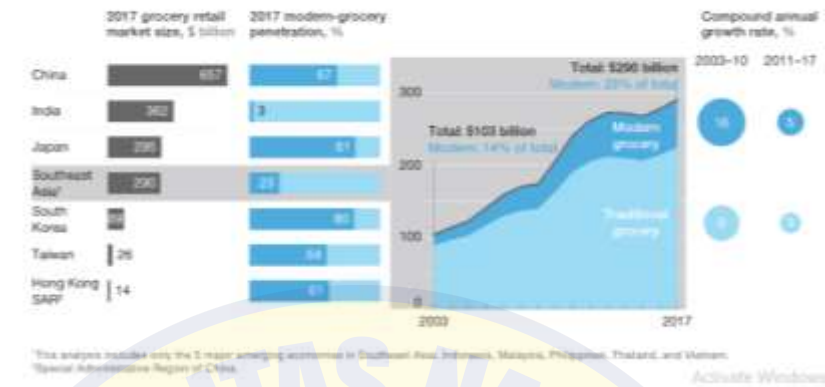
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang memiliki tujuan tertentu dalam menjalankan usahanya. Setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk memenuhi kepentingan para karyawannya maupun pemilik saham. Jika perusahaan mampu mencapai tujuannya, hal itu merupakan sebuah prestasi bagi manajemennya. Maka dari itu prestasi dan kinerja perusahaan dapat menjadi tolak ukur manajemen dalam mengambil keputusan. Setiap perusahaan pasti memiliki prinsip yang berbeda-beda dalam mencapai tujuannya, pertumbuhan ekonomi sebuah negara juga turut mempengaruhi prinsip yang berjalan dalam sebuah perusahaan. Maka dapat diartikan setiap negara memiliki pertumbuhan ekonomi yang berbeda-beda. Perekonomian negara di Asia dapat dikatakan sangat jauh dengan negara yang ada di Eropa, namun tak semua negara di Asia memiliki pertumbuhan ekonomi yang buruk, salah satunya negara yang ada di kawasan Asia Tenggara.

Selama lebih dari satu dekade, Asia Tenggara telah menjadi pasar pertumbuhan bagi produsen barang kemasan konsumen. Dalam McKinsey Global Consumer Sentiment Survey tahun 2017 Total penjualan bahan makanan di Asia Tenggara telah meningkat lebih dari dua kali lipat sejak tahun 2006, mencapai \$ 290 miliar pada tahun 2017. Selama periode tersebut, format grosir modern (seperti supermarket dan hipermarket) sudah pasti merebut pangsa pasar — tetapi keuntungannya hanya enam poin persentase. Saat ini, toko bahan makanan modern hanya menyumbang 23 persen dari pasar grosir di Asia Tenggara.² Sebaliknya, di Jepang dan Korea Selatan, pedagang grosir modern menghasilkan kira-kira 80 persen dari total penjualan bahan makanan.

In Southeast Asia, modern grocery is slowly taking share from traditional grocery.



Gambar 1. Pertumbuhan Modern Market Asia Tenggara

Sumber: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/how-consumer-goods-companies-can-win-in-southeast-asia#> (diakses, 29-03-2020 16.40 WIB)

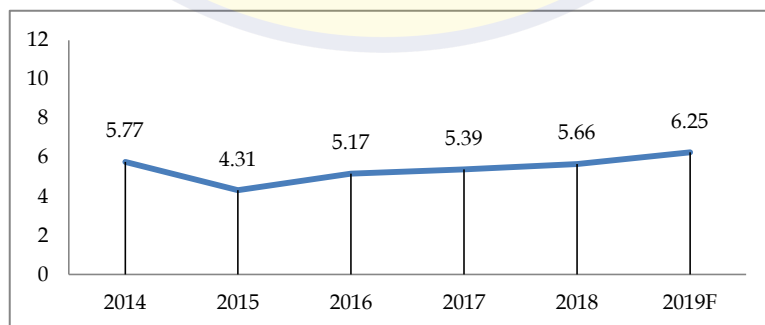
Tren ini telah memaksa perusahaan consumer goods berpikiran maju untuk menyesuaikan praktik komersial mereka. Kami telah menemukan bahwa, secara global, pemimpin dalam keunggulan komersial adalah perusahaan yang membuat pilihan berdasarkan informasi tentang tempat bermain, investasi mana yang akan dilakukan, cara mengeksekusi di pasar, dan cara mempertahankan momentum. Pilihan ini memungkinkan mereka untuk secara konsisten mengungguli persaingan dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan dan menguntungkan. Pada tahun 2018 Asia Tenggara mencatat pertumbuhan nilai penjualan + 3,3% dibandingkan dengan tahun 2017, dan pertumbuhan ini hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Dengan sorotan di wilayah ini, makanan mengambil porsi yang lebih besar dari pertumbuhan ini (76%).⁽³⁾

Di kawasan Asia Tenggara, Negara ASEAN-5 merupakan kelompok 5 negara yang meliputi Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand dan Filipina. Negara yang tergabung dalam kelompok ASEAN-5 merupakan negara yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang paling baik di Asia Tenggara. Pemilihan negara ASEAN-5 sebagai sampel objek dalam penelitian ini diharapkan dapat mewakili Asia Tenggara secara tepat dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik dibandingkan negara-negara lainnya yang ada di kawasan Asia Tenggara. Kantar Worldpanel (2016) dalam (Wardhani, 2018) menemukan bahwa pertumbuhan industri FCMG (*Fast Moving Consumer Goods*) di Asia pada kuartal III 2016 dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami pertumbuhan secara positif sebesar 3%

dengan diwakili negara Indonesia dan Filipina menunjukkan tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan total Asia. Selanjutnya dalam penelitian Accenture (2016) yang dikutip dalam (Wardhani, 2018) yang berjudul *The Future is Now: Understanding The New Asian Customers*, memprediksi industri barang dan jasa konsumsi akan tumbuh hingga mencapai USD 700 miliar di seluruh dunia pada tahun 2020. Pertumbuhan industri ini diperkirakan berasal dari pasar Asia khususnya negara Indonesia, Thailand dan Singapura sebesar 50% (lima puluh persen) atau sekitar USD 340 miliar dan peningkatan tersebut akan dicapai dalam kurun waktu lima tahun mendatang.

Perekonomian terbesar di Asia Tenggara berada di Indonesia - negara kepulauan yang beragam dengan lebih dari 300 kelompok etnis - telah mencatat pertumbuhan ekonomi yang mengesankan sejak mengatasi krisis keuangan Asia pada akhir 1990-an.^[4] Indonesia adalah pasar terbesar di kawasan ini, sedangkan Filipina adalah yang tumbuh paling cepat, dengan Malaysia sebagai yang kedua.

Di Indonesia perusahaan consumer goods merupakan salah satu perusahaan yang berskala besar. Bagi para investor saham, perusahaan consumer goods merupakan salah satu perusahaan yang memiliki prospek menjanjikan. Perusahaan sektor consumer goods terdiri dari subsektor perusahaan makanan dan minuman, subsektor perusahaan kosmetik, subsektor perusahaan peralatan rumah tangga, subsektor perusahaan obat-obatan, dan subsektor perusahaan tembakau. Jika dilihat dari segi pertumbuhannya subsektor penyediaan makan dan minum memiliki pertumbuhan yang lebih tinggi tiap tahunnya. Di triwulan I 2019, sektor akomodasi dan makanan minuman telah tumbuh sebesar 5,87%. Dengan melihat pertumbuhan yang baik di awal tahun serta implementasi kebijakankebijakan yang telah dirancang, Kemenko Perekonomian memproyeksi sektor akomodasi dan makan minum akan tumbuh sebesar 6,25% pada tahun 2019 seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut.



Gambar 2. Pertumbuhan Distribusi PDB Sektor Akomodasi dan Makan Minum

Sumber : <https://ekon.go.id/ekliping/download/4901/3424/buku-outlook-perekonomian-indonesia-2019-mei-.pdf> (diakses, 01-04-2020 11.42 WIB)

Setiap tahun pendapatan perusahaan jenis ini selalu diprediksi naik, begitu juga dengan profitnya. Pada awal 2018, rata-rata indeks saham sektor consumer goods atau barang konsumsi mencatat koreksi 13,77% per Jumat (25/5/2018). Hingga dalam sepekan kondisinya berubah, di mana sektor justru sukses mencatatkan penguatan 3,69%⁽¹⁾. Namun, faktanya berbeda dengan prediksi yang ada dalam buku outlook perekonomian Indonesia yang telah dijelaskan diatas, justru kinerja saham sektor barang konsumsi (consumer goods) mengalami pelemahan paling dalam pada tahun 2019. Sepanjang tahun 2019 atau year to date (ytd) saham sektor consumer goods turun sebesar 21,24 persen, paling tinggi dibandingkan saham sektor lainnya yang ada di dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Kepala Riset Infovesta Utama, Wawan Hendrayana, mengatakan secara umum penjualan ritel di Indonesia turun 20 persen di tahun 2019. Tentu saja consumer goods sendiri terdiri dari beberapa segmen seperti Fast Moving Consumer Goods (FMCG), ritel, dan lain-lain turut mengalami pelemahan⁽²⁾. Salah satu faktor yang mempengaruhi turunnya harga saham sepanjang tahun 2019 adalah isu perlambatan ekonomi baik global maupun domestik. Selain itu persaingan yang semakin ketat membuat merk-merk besar harus tetap bertahan, karena persaingan di industri barang konsumen meningkat maka perusahaan besar harus mampu berinovasi setiap tahun agar dapat bertahan di pasaran. Adanya persaingan yang kompetitif menuntut perusahaan untuk dapat mengelola keuangannya dengan baik agar dapat meningkatkan laba setiap tahunnya. Semua perusahaan selalu memperhatikan bagian keuangan mereka. Dimana laporan keuangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Menurut Fahmi (2012:21) laporan keuangan adalah suatu informasi yang menggambarkan kondisi laporan keuangan suatu perusahaan dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut. Oleh karena itu sebuah perusahaan selalu memperhatikan laporan keuangan mereka setiap periode.

Dalam hal lain penilaian kinerja keuangan dapat menjadi acuan manajemen untuk mengambil keputusan dalam mensejahterakan para investor seperti berapa banyak perusahaan harus membagikan dividend kepada para pemegang saham. Dividen merupakan salah satu hal yang menyebabkan timbulnya motivasi investor untuk menanamkan dana yang

dimiliki di sebuah perusahaan. Pengertian dividend adalah pembagian laba kepada pemegang saham berdasarkan banyaknya saham yang dimiliki. Pembagian ini akan mengurangi laba ditahan dan kas yang tersedia bagi perusahaan, tapi distribusi keuntungan kepada para pemilik memang adalah tujuan utama suatu bisnis. Dalam hubungannya dengan pendapatan dividen, para investor umumnya menginginkan pembagian dividend yang relatif stabil, karena dengan adanya stabilitas dividen dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga mengurangi ketidakpastian investor dalam menanamkan dananya di perusahaan tersebut dalam Sandra Meilina Simanjuntak (2016).

Bagi sebuah perusahaan membagikan dividen dapat mengurangi sumber dana internalnya, namun sebaliknya jika perusahaan menahan laba dalam bentuk laba ditahan hal ini akan meningkatkan sumber dana internalnya untuk membiayai aktivitas perusahaan sehingga meminimalisir ketergantungan terhadap dana eksternal. Definisi Laba Ditahan atau *Retained Earnings* adalah laba yang tidak dibagi, merupakan sebagian atau keseluruhan laba yang diperoleh perusahaan yang tidak dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Jumlah laba yang tidak dibagi ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk tambahan modal atau untuk memperbesar modal perusahaan (Wibowo, 2020).

Menurut Riyanto (2011:265) pengertian kebijakan dividen adalah kebijakan yang bersangkutan dengan penentuan pembagian pendapatan (*earning*) antara pengguna pendapatan untuk dibayarkan kepada para pemegang saham sebagai dividen atau untuk digunakan dalam perusahaan, yang berarti pendapatan tersebut harus ditanam di dalam perusahaan. Dapat diartikan kebijakan dividend adalah keputusan manajemen dalam membagikan laba kepada para pemilik saham atau laba tersebut akan ditahan sebagai tambahan dana internal untuk aktivitas perusahaan. Sehingga pertimbangan manajemen dalam menagambil keputusan sangat penting dalam hal ini, karena kebijakan dividend berkaitan langsung dengan keputusan pendanaan perusahaan. Disisi lain kebijakan dividend juga berkaitan dengan struktur modal perusahaan. Apabila manajemen perusahaan mengambil kebijakan untuk menahan laba, maka sumber pendanaan dapat digunakan untuk membiayai pertumbuhan perusahaan, semakin besar laba ditahan maka semakin kuat pula struktur modal dan posisi keuangan sebuah perusahaan.

Kebijakan perusahaan dalam membagikan dividend terlihat dari *dividend payout rationya*. Menurut Gitman dan Zutter (2012:570) Rasio Pembayaran Dividen atau *Dividend*

Payout Ratio (DPR) indicates percentage of each dollar earned that is distributed to the owners in the form of cash, it is calculated by dividing the firm's cash dividend per share by its earning per share. Kebijakan dividen sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan investor yang mengharapkan *return*. Jika perusahaan ingin para investornya tetap menanamkan dana di dalam perusahaannya, maka perusahaan harus dapat mensejahterakan investornya dengan memberikan dividen yang stabil setiap tahun.

Unsur dasar kebijakan dividen yang menentukan *dividend payout ratio* adalah laba perusahaan. Bagi perusahaan laba merupakan hal yang sangat penting begitu juga dengan investor. Perusahaan menggunakan laba yang mereka dapat untuk menjaga kelangsungan hidup seperti mendanai aktivitas perusahaan dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan disisi lain investor mengharapkan pembagian keuntungan atas dana yang telah ditanam dalam bentuk dividen. Dalam menganalisis kemampuan perusahaan dalam kebijakan membagikan dividen dibutuhkan analisis rasio keuangan. Rasio keuangan menurut Harahap (2013:297) adalah "Angka yang diperoleh dari hasil perbandingan satu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan". Rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen adalah *Current Ratio (CR)*, dan *Return on Investment (ROI)*.

Current Ratio termasuk dalam rasio likuiditas. Menurut Brigham & Huston (2014:13) *Current Ratio* dihitung dengan membagi aset lancar dengan kewajiban lancar. Rasio ini menunjukkan sampai sejauh apa kewajiban lancar ditutupi oleh aset yang diharapkan akan dikonversi menjadi kas dalam waktu dekat. *Current Ratio* merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur kas yang dimiliki perusahaan. Sedangkan ROI termasuk dalam rasio profitabilitas. Menurut Syamsuddin (2016:63) *Return on investment* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Rasio ini merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat pengembalian investasi. Jika tingkat pengembalian investasi cukup besar artinya laba yang dihasilkan dari investasi cukup tinggi. Jika perusahaan memiliki kas yang cukup dan tingkat pengembalian investasi yang tinggi, maka investor akan melihat bahwa perusahaan tersebut dapat membagikan dividennya secara stabil sehingga investor akan mempercayakan dana yang akan mereka tanam untuk menghasilkan keuntungan dalam bentuk dividen dikemudian hari.

Selain rasio *likuiditas* dan *profitabilitas*, pertumbuhan aset juga dapat dijadikan salah satu tolak ukur manajemen dalam membagikan dividen. Pertumbuhan merupakan seberapa jauh perusahaan dapat menempatkan diri dalam sistem ekonomi. Pertumbuhan perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi manajemen untuk membayarkan dividen pada pemegang saham. Pertumbuhan perusahaan dapat ditandai dengan pertumbuhan aset, pertumbuhan aset adalah struktur aktiva yang terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap. Pertumbuhan aset dapat didefinisikan sebagai perubahan (tingkat pertumbuhan) tahunan dari total aset. Pertumbuhan aset merupakan cerminan dari keberhasilan perusahaan dalam kegiatan operasionalnya untuk menghasilkan laba serta tersedianya dana internal. Maka dengan pertumbuhan aset yang tinggi secara tidak langsung meningkatkan laba yang dihasilkan. Jadi apabila pertumbuhan aset semakin tinggi tentu akan menggembirakan pemegang saham karena semakin besar laba yang disediakan perusahaan dan dapat meningkatkan pembagian dividen.

Kebijakan dividen yang erat kaitannya dengan *Dividend Payout Ratio* dalam sebuah perusahaan merupakan persetujuan yang melibatkan dua belah pihak yaitu antara investor dan manajemen perusahaan. Pihak-pihak yang berkepentingan dalam pembagian dividen ini seringkali berbeda pendapat, hal ini adalah sebuah masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Oleh karena itu penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) yang baik sangat dibutuhkan dalam perusahaan, guna meminimalisir adanya benturan kepentingan antara pemilik saham dan manajemen perusahaan. Pada dasarnya GCG memiliki empat prinsip yaitu *transparency*, *fairness*, *accountability*, dan *responsibility*. GCG sendiri didefinisikan sebagai suatu sistem pengendalian internal sebuah perusahaan yang memiliki tujuan untuk mengelola risiko yang timbul guna memenuhi tujuan perusahaan melalui pengamanan aset dan meningkatkan nilai investasi para stakeholder dalam jangka panjang. *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai tata cara kelola perusahaan yang sehat sudah diperkenalkan oleh Pemerintah Indonesia dan *International Monetary Fund* (IMF). Menurut Tunggal (2012:24) *Corporate Governance* adalah sistem yang mengatur, mengelola dan mengawasi proses pengendalian usaha untuk menaikkan nilai saham, sekaligus sebagai bentuk perhatian kepada stakeholders, karyawan dan masyarakat sekitar. Dapat disimpulkan *Good Corporate Governance* adalah sebuah metode dimana suatu organisasi diatur, dikelola, diarahkan, atau dikendalikan agar tujuan-tujuannya tercapai.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Current Ratio, Return On Investment, Asset Growth, Dan Good Corporate

Governance Terhadap Dividend Payout Ratio (Studi Pada Perusahaan Consumer Goods di Asia Tenggara)”).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diteliti antara lain :

1. Apakah Current Ratio berpengaruh positif signifikan terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5 ?
2. Apakah Return on Investment berpengaruh positif signifikan terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5 ?
3. Apakah Asset Growth berpengaruh negatif signifikan terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5 ?
4. Apakah Good Corporate Governance berpengaruh positif signifikan terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5 ?

1.3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan pada penelitian ini adalah :

1. Untuk menemukan pengaruh Current Ratio terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5.
2. Untuk menemukan pengaruh Return On Investment terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5.
3. Untuk menemukan pengaruh Asset Growth terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5.
4. Untuk menemukan pengaruh Good Corporate Governance terhadap Dividend Payout Ratio perusahaan consumer goods yang ada di negara ASEAN-5.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teori manajemen keuangan perusahaan dengan tinjauan pada Current Ratio, Return On Investment, Asset Growth, Good

Corporate Governance Terhadap Dividend Payout Ratio, yang diimplementasikan pada obyek Perusahaan Consumer Goods yang ada di negara ASEAN-5.

Dijadikan sebagai tambahan pengetahuan khususnya pada bidang manajemen keuangan mengenai rasio keuangan terhadap Dividend Payout Ratio.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama studi S-1 khususnya terkait manajemen keuangan.

2. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan bagi para investor sebelum melakukan investasi pada perusahaan consumer goods terutama di negara ASEAN-5.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi pembaca dan dapat dijadikan acuan maupun pembanding serta referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka batasan masalah penelitian ini adalah :

1. Dalam penelitian ini akan mengetahui seberapa besar pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen di Perusahaan Consumer Goods yang ada di negara ASEAN-5.
2. Variabel yang digunakan Current Ratio, Return On Investment, Asset Growth, Good Corporate Governance sebagai variabel independen, Dividend Payout Ratio sebagai variabel dependen.
3. Rentang waktu penelitian adalah 2017-2019.