

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

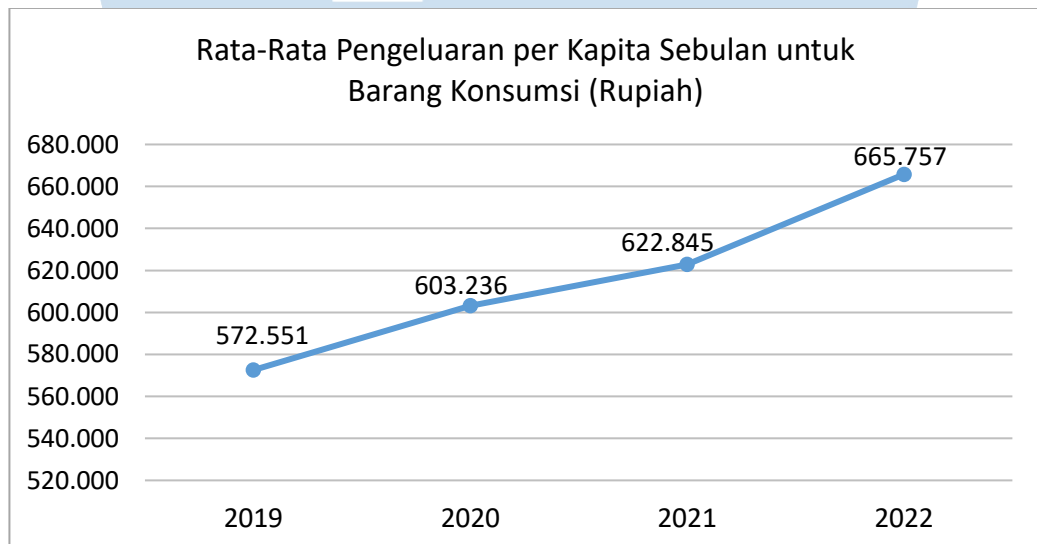
Pada awal tahun 2020, Indonesia memasuki kondisi ekonomi yang sulit dan kurang stabil karena pengaruh dari adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), selama memasuki masa pandemi pada tahun 2020 Indonesia mengalami kontraksi pertumbuhan ekonomi sebesar -2,07 persen (Kemenkeu, 2022). Penurunan ini disebabkan karena melemahnya daya beli masyarakat di berbagai sektor barang dan jasa karena diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan *lockdown* yang membatasi masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi. Ketidakpastian ekonomi akibat pandemi Covid-19 ini akhirnya berpengaruh negatif terhadap perekonomian nasional dan kehidupan masyarakat secara luas (DPRD DIY, 2021).

Selama masa pandemi, pemerintah juga terus menetapkan berbagai upaya yang dilakukan untuk meminimalkan penyebaran Covid-19. Salah satu upaya pencegahan yang dilakukan pemerintah adalah mengharuskan masyarakat untuk selalu menjaga kesehatan dan menerapkan pola hidup sehat dengan memenuhi kecukupan gizi sehari-hari (Kemenkes, 2022). Adanya pandemi Covid-19 dan himbuan pemerintah untuk menjaga keseimbangan gizi sehari-hari, menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan produk barang konsumsi. Peningkatan kebutuhan akan barang konsumsi ini terutama pada produk makanan minuman dan produk farmasi yang berperan dalam menjamin keberlangsungan hidup dan kesehatan masyarakat (Pemerintah Kabupaten Pasuruan, 2021).

Industri *consumer goods* merupakan industri yang memproduksi barang-barang konsumsi dengan mengolah bahan dasar atau setengah jadi menjadi barang jadi yang dapat dikonsumsi pribadi atau rumah tangga (OJK, 2023). Perusahaan-perusahaan yang termasuk pada industri barang konsumsi adalah industri makanan

dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik dan keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga.

Meningkatnya kebutuhan akan produk barang konsumsi ini sejalan dengan data rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk barang konsumsi di Indonesia yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. “Pengeluaran rata-rata per kapita merupakan biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi per orang dalam rumah tangga selama sebulan baik yang berasal dari pembelian, pemberian maupun produksi sendiri dibagi dengan konsumsi per orang dalam rumah tangga” (Sadli, 2021).



Gambar 1.1 Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan untuk Barang Konsumsi (Rupiah)

Sumber: BPS (2023)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Gambar 1.1, menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran per kapita sebulan untuk barang konsumsi terus meningkat dari tahun 2019 sampai 2022. Peningkatan pengeluaran akan barang konsumsi ini disebabkan karena di dalam perusahaan *consumer goods* terdapat subsektor farmasi yang memproduksi produk-produk kesehatan seperti masker, obat-obatan, hingga vitamin yang sangat dibutuhkan pada saat pandemi. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Kepala Badan Pusat Statistik (BPS)

Suhariyanto yang menyatakan bahwa dari 17 sektor yang menopang perekonomian negara, hanya 7 sektor yang pertumbuhannya positif dan dari 7 sektor tersebut hanya 2 sektor yang pertumbuhannya tinggi.

Salah satu dari 2 sektor tersebut merupakan jasa kesehatan, yang pada tahun 2020 tumbuh 11,60% dibanding tahun 2019 yang sebesar 8,69%. Suhariyanto mengatakan bahwa “pertumbuhan ini karena selama pandemi Covid-19 terjadi perubahan perilaku kesadaran akan kesehatan di masyarakat sehingga berbagai produk terkait kesehatan seperti obat, *hands sanitizer* dan sebagainya meningkat” (Julita, 2021). Memasuki tahun 2022, Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Margo Yuwono menyatakan bahwa pertumbuhan jasa kesehatan mengalami kontraksi sebesar 1,74% pada triwulan ketiga tahun 2022 (Suyanto, 2022). Kontraksi ini disebabkan karena pada tahun 2022 Indonesia telah memasuki masa pemulihan pandemi Covid-19, yang menyebabkan kebutuhan akan produk-produk kesehatan juga ikut menurun. Selaras, *CEO* Edvisor.id Praska Putranyo menyatakan bahwa sejak pemerintah melakukan pencabutan kebijakan PPKM pada tahun 2022, mayoritas perusahaan di industri jasa dan peralatan mengalami penurunan kinerja terutama di pos laba operasional dan laba bersih (Rahmawati, 2023).

Selain itu, meningkatnya pengeluaran untuk barang konsumsi juga didukung karena di dalam sektor *consumer goods* terdapat pula subsektor makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang akan selalu diutamakan dibanding kebutuhan lainnya (OJK, 2024). Hal ini didukung dengan pernyataan Menteri Perindustrian, Agus Gumiwang Kartasasmita yang menyatakan bahwa “industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memiliki permintaan tinggi ketika pandemi Covid-19. Sebab, masyarakat perlu mengonsumsi asupan yang bergizi untuk meningkatkan imunitas tubuhnya dalam upaya menjaga kesehatan” (Fardaniah, 2020).

Karena produknya dibutuhkan oleh masyarakat, menyebabkan kinerja sektor makanan dan minuman pun mengalami pertumbuhan positif. Bertumbuhnya kinerja sektor makanan dan minuman dapat dibuktikan dengan pernyataan Plt. Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian, Putu Juli Ardika yang

menyatakan bahwa “Industri mamin terbukti menjadi salah satu sektor unggulan karena memiliki kinerja yang gemilang. Pada kuartal II tahun 2021, industri mamin berkontribusi sebesar 38,42% terhadap pertumbuhan PDB industri pengolahan nonmigas”. Lebih lanjut, putu menambahkan bahwa “kontribusi industri mamin di kuartal II-2021 tersebut, lebih tinggi dibanding sumbangsuhnya pada tahun 2019 yang mecapai 36,40% dan pada 2020 di angka 38,29%” (Kominfo, 2021).

Selanjutnya “pada tahun 2022, PDB industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 4,90% dengan kontribusi sebesar 38,35% atau yang terbesar terhadap PDB industri pengolahan non-migas. Selain itu, pada tahun 2022 industri makanan dan minuman termasuk dalam lima besar industri dengan kontribusi ekspor tertinggi dengan nilai mencapai USD 48,61 miliar” (Kominfo, 2023). Lebih lanjut, Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian Putu Juli Ardika pun menyatakan bahwa “peran dari sektor industri makanan dan minuman ini akan memberikan dampak signifikan terhadap industri pengolahan non-migas maupun PDB nasional” (Handoyo, 2022).

Berdasarkan penjelasan tersebut, menunjukkan bahwa pengeluaran masyarakat untuk barang konsumsi mayoritas untuk produk kesehatan dan produk makanan dan minuman. Hal ini didukung dengan kinerja dua subsektor *consumer goods* tersebut, yaitu subsektor farmasi dan subsektor makanan dan minuman yang mampu mencatatkan pertumbuhan positif terutama pada saat pandemi. Sehingga, meningkatnya pengeluaran masyarakat yang semakin besar untuk barang konsumsi kemudian berdampak pada kinerja perusahaan-perusahaan di sektor *consumer goods*.

Kinerja ini tergambar dari saham perusahaan sektor *consumer goods* yang mampu bertahan di tengah pandemi dan menjadi sektor yang paling minim koreksi di tahun 2020. Analisis NH Korindo Sekuritas Indonesia, Putu Chantika Putri menilai bahwa minimnya koreksi pada sektor barang konsumsi menunjukkan bahwa saham *consumer goods* cenderung lebih kokoh di saat kondisi ekonomi yang sulit. Lebih lanjut, Chantika mengatakan “hal ini juga menjadi salah satu pertimbangan pelaku pasar untuk mengkoleksi saham-saham di sektor *consumer*” (Dewi, 2020).

Bertumbuhnya kinerja sektor barang konsumsi juga dapat dilihat dari saham perusahaan *consumer goods* yang menjadi salah satu pilihan investasi oleh para investor selama tahun 2020. Hal ini didukung dengan pernyataan Phintraco Sekuritas bahwa sektor *consumer goods* merupakan salah satu saham favorit bagi investor di masa pandemi Covid-19, didukung dengan meningkatnya konsumsi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Branch Manager Phintraco Sekuritas Solo, Setiawan Effendy pun masih merekomendasikan untuk berinvestasi di saham *consumer goods*, seperti Indofood dan Unilever (Fardaniah, 2020).

Selanjutnya pada tahun 2021, sektor *consumer goods* juga dinilai masih mampu mempertahankan kinerja dan prospek sahamnya di pasar saham. Hal ini didukung dengan pernyataan *Head of Research* PT NH Korindo Sekuritas, Anggaraksa Arismunandar yang mengatakan bahwa sektor *consumer goods* merupakan salah satu sektor dengan pergerakan saham terbaik di tahun 2021. Selain itu, Anggaraksa juga menyatakan bahwa sektor barang konsumsi cenderung lebih defensif dan direkomendasikan untuk investasi jangka panjang (Arbar, 2021).

Kemudian memasuki tahun 2022, Indonesia sempat mengalami gejolak ekonomi yang disebabkan karena meningkatnya tingkat inflasi sebesar 5,51%. Meskipun demikian *Financial Expert* Ajaib Sekuritas, M. Julian Fadli menyatakan bahwa sektor barang konsumsi primer merupakan sektor yang defensif dan tetap menjadi pilihan investor di saat kenaikan inflasi. Lebih lanjut di tahun 2022 “dalam tren jangka pendek hingga menengah, Fadli memprediksi emiten-emiten yang bergerak dalam sektor barang konsumen primer masih berpotensi untuk bertumbuh secara kinerja keuangan dan harga sahamnya” (Rahmawati, 2022).

Berdasarkan informasi tersebut, membuktikan bahwa kinerja perusahaan sektor *consumer goods* masih bertumbuh meski berada di kondisi ekonomi yang sulit. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya analis di bidang investasi yang masih merekomendasikan saham *consumer goods* sebagai investasi jangka panjang. Dengan masih direkomendasikan sebagai investasi jangka panjang, menunjukkan bahwa kinerja operasional perusahaan *consumer goods* masih berpotensi untuk terus bertumbuh kedepannya. Selain itu, bertumbuhnya kinerja sektor *consumer*

goods juga tergambar dari sahamnya yang masih dijadikan pilihan investasi oleh para investor, baik selama pandemi maupun sesudah pandemi.

Tujuan investor melakukan investasi tidak lain karena mengharapkan keuntungan (*return*) yang tinggi dari investasi tersebut (Handini & Astawinetu, 2020). Sehingga dengan menjadi pilihan investasi para investor, menunjukkan bahwa saham yang dimiliki perusahaan sektor *consumer goods* mampu memberikan *return* yang tinggi bagi pemegang sahamnya. Oleh karena itu berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, dapat dibuktikan jika para analis investasi dan para investor masih melihat adanya potensi pada kinerja sektor *consumer goods* di masa yang akan datang. Untuk mengetahui kinerja perusahaan dalam memberikan keuntungan bagi pemegang saham utama selain non pengendali, investor dapat menggunakan informasi *earning per share (EPS)*.

Menurut Abadi & Hermansyah (2019) *earning per share* atau laba per saham merupakan variabel yang digunakan untuk melihat berapa besar perusahaan dapat memberikan *return* bagi setiap sahamnya. Sedangkan menurut OJK (2020), *EPS* merupakan “jumlah laba atau rugi per saham dari operasi yang dilanjutkan perusahaan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk selama periode pelaporan”. Dalam hal ini, entitas induk atau *parent* adalah entitas yang mempunyai dan mengendalikan satu atau lebih entitas anak (IAI, 2024). Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 233 tentang Laba Per Saham, “laba per saham dihitung dengan membagi laba rugi yang dapat diatribusikan kepada pemegang saham biasa entitas induk dengan jumlah rata-rata tertimbang saham biasa yang beredar dalam suatu periode” (IAI, 2024).

Pada umumnya, para pemegang saham serta calon investor menggunakan informasi *EPS* dalam mengevaluasi kinerja profitabilitas dari suatu perusahaan (Kieso et al., 2020). “Dengan mengetahui *EPS* suatu perusahaan, investor dapat menganalisis potensi keuntungan yang nantinya akan diperoleh” (Siburian & Nurlatifah, 2021). Oleh karena itu, “nilai *EPS* yang besar menunjukkan bahwa

manajemen telah berhasil mengelola kegiatan operasional entitas sehingga dapat menguntungkan para investor” (Ambaranny et al., 2021).

Berdasarkan Wareza (2020), Direktur PT *Schroder Investment Management* Indonesia Irwanti menyatakan bahwa pada tahun 2020 mayoritas perusahaan dalam negeri akan terkena pengaruh negatif dari adanya pandemi Covid-19. Hal ini menyebabkan perkiraan *EPS* atau laba per saham dari perusahaan-perusahaan yang sahamnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami penurunan negatif, karena adanya kebijakan *lockdown* yang menyebabkan aktivitas masyarakat terganggu. Akan tetapi, rata-rata *EPS* yang dihasilkan perusahaan *consumer goods* tidak mengalami penurunan, melainkan mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga tahun 2020.

Memasuki tahun 2021, Bursa Efek Indonesia melakukan perubahan indeks sehingga sektor yang terdapat pada tahun 2019 dan 2020 berbeda dengan sektor pada tahun 2021 dan 2022. Perubahan ini menyebabkan sektor *consumer goods* sudah tidak ada lagi dan digantikan dengan sektor-sektor yang baru. Berikut merupakan data rata-rata *EPS* untuk setiap sektor yang terdaftar di BEI untuk periode 2019 sampai 2022:

Tabel 1.1 Rata-Rata *EPS* Sektor yang Terdaftar di BEI 2019-2022

Sektor	2019	2020
<i>Agriculture</i>	8,14	3,90
<i>Mining</i>	124,3	77,8
<i>Basic Industry and Chemicals</i>	49,2	19,1
<i>Miscellaneous Industry</i>	84,3	-21,3
<i>Consumer Goods Industry</i>	848,9	1.248,3
<i>Property, Real Estate and Building Construction</i>	16,9	11,2
<i>Infrastructure, Utilities and Transportation</i>	26,8	5,51
<i>Finance</i>	125	75,6
<i>Trade, Services & Investment</i>	82,2	13

Sektor	2021	2022
<i>Energy</i>	3,95	23,34
<i>Basic Materials</i>	13	15,81
<i>Industrials</i>	9,79	13,27
<i>Consumer Non-Cyclicals</i>	19,7	15,54
<i>Consumer Cyclicals</i>	-1,22	0,57
<i>Healthcare</i>	66,1	19,74
<i>Financials</i>	10,9	14,11
<i>Properties & Real Estate</i>	0,03	1,2
<i>Technology</i>	2,45	3,34
<i>Infrastructures</i>	2,49	9,68
<i>Transportation & Logistic</i>	-0,037	9,65

Sumber: BEI (2022)

Mengacu pada Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa pada tahun 2019 dan 2020 seluruh sektor yang terdapat di BEI mengalami penurunan nilai *EPS* kecuali sektor *consumer goods*. Sektor *consumer goods* merupakan satu-satunya sektor di BEI yang mengalami peningkatan nilai *EPS* dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 47%. Direktur PT *Schroder Investment Management* Indonesia, Irwanti menyatakan bahwa peningkatan pada sektor *consumer goods* disebabkan karena kebutuhan pokok cenderung meningkat pada saat kondisi ekonomi lemah. Bahkan terdapat beberapa kebutuhan pokok yang tingkat permintannya lebih tinggi daripada saat kondisi normal seperti farmasi dan makanan minuman, karena kebijakan *lockdown* menyebabkan masyarakat mengumpulkan atau membeli dalam jumlah yang lebih besar daripada kondisi ekonomi normal (Wareza, 2020).

Sedangkan pada pengelompokan sektor BEI yang terbaru di tahun 2021 dan 2022, perusahaan yang sebelumnya terdapat di sektor *consumer goods* mayoritas berada di sektor *consumer non-cyclicals* dan sektor *healthcare*. Meskipun pada tahun 2022 sektor *consumer non-cyclicals* dan *healthcare*

mengalami penurunan, tetapi nilai *EPS* kedua sektor masih cukup tinggi jika dibandingkan sektor-sektor lainnya.

Penurunan pada sektor *consumer non-cyclicals* dan sektor *healthcare* ini disebabkan karena pada tahun 2022, Indonesia telah memasuki masa pemulihan pandemi Covid-19. Pemerintah Indonesia kemudian resmi melakukan pencabutan atas beberapa peraturan pandemi Covid-19 seperti PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) dan kewajiban penggunaan masker di fasilitas publik (Rahmawati, 2023). Karena adanya kelonggaran aktivitas tersebut, menyebabkan konsumsi masyarakat dan kebutuhan akan produk-produk kesehatan ikut menurun. Akan tetapi meskipun mengalami penurunan, sektor *consumer non-cyclicals* dan sektor *healthcare* masih termasuk kedalam 5 sektor dengan perolehan nilai *EPS* tertinggi dari seluruh sektor yang ada di BEI. Hal ini menunjukkan bahwa produk-produk yang dihasilkan perusahaan *consumer goods* masih tetap dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan data *EPS* pada Tabel 1.1 membuktikan bahwa meskipun berada di kondisi ekonomi yang sulit pada tahun 2019 dan 2020, sektor *consumer goods* berhasil untuk mempertahankan nilai *EPS* nya agar tetap tinggi. Nilai *EPS* dapat digunakan oleh manajemen perusahaan untuk menggambarkan kinerja operasional perusahaan kedepannya. Hal ini dikarenakan semakin tinggi nilai *EPS*, menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengoptimalkan kegiatan operasionalnya dalam menghasilkan laba. Sehingga dengan meningkatnya laba yang dihasilkan perusahaan, maka akan membuat nilai *EPS* semakin tinggi.

Dengan nilai *EPS* yang tinggi, menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan di sektor *consumer goods* juga dapat memberikan kontribusi laba yang besar kepada pemegang saham utama selain kepentingan non pengendali. Jika kontribusi laba yang diberikan besar, maka dapat meningkatkan minat pemegang saham untuk menanamkan modalnya lebih besar ke perusahaan. Selain itu, nilai *EPS* yang tinggi juga dapat memberikan sinyal bagi manajemen perusahaan sebagai dasar untuk melakukan *corporate action* yang tepat dalam mengoptimalkan kinerja perusahaan

untuk menghasilkan laba yang lebih besar. Sedangkan bagi investor, nilai *EPS* dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan sebelum berinvestasi dengan mengharapkan laba.

Sebagai contoh, PT Mulia Boga Raya Tbk (KEJU) merupakan salah satu perusahaan industri *consumer goods* yang memperoleh manfaat melalui peningkatan nilai *EPS*. PT Mulia Boga Raya Tbk merupakan perusahaan yang memproduksi makanan dengan unit usaha utama produk olahan susu (IDN Financials, 2024). Pada tahun 2019, KEJU memperoleh nilai *EPS* sebesar Rp79,71 per lembar saham yang disebabkan karena laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk KEJU sebesar Rp98,04 miliar (BEI, 2020). Sedangkan harga saham yang dimiliki KEJU di tahun 2019 sebesar Rp975 per saham (Investing.com, 2024).

Kemudian pada tahun 2020, *EPS* yang dimiliki KEJU meningkat 1,2% menjadi Rp80,67 per lembar saham. Peningkatan *EPS* ini disebabkan karena meningkatnya laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk KEJU menjadi Rp121 miliar (BEI, 2021). Sedangkan harga saham yang dimiliki KEJU di tahun 2020 sebesar Rp987 per saham, meningkat 1,2% dibandingkan tahun 2019. Memasuki tahun 2021, *EPS* yang dihasilkan KEJU kembali mengalami peningkatan menjadi Rp96,47 per lembar saham atau meningkat sebanyak 19,6%. Meningkatnya *EPS* yang semakin tinggi di tahun 2021 juga disebabkan karena meningkatnya laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk KEJU sebesar Rp144,70 miliar (BEI, 2022). Sedangkan harga saham yang dimiliki KEJU di tahun 2021 sebesar Rp1.272 per saham, meningkat 28,9% dibandingkan tahun 2020.

Direktur Utama PT Mulia Boga Raya Tbk (KEJU), Bobby K Gandasaputra mengungkapkan bahwa peningkatan laba KEJU disebabkan karena perusahaan berhasil meningkatkan penjualannya dibandingkan periode-periode sebelumnya. Lebih lanjut, perusahaan juga terus mengembangkan banyak inovasi produk terbaru dan menetapkan sejumlah rencana untuk tetap menjaga kinerjanya (Ramadhani,

2022). Dari peningkatan nilai *EPS* yang dihasilkan KEJU, membuat PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) tertarik untuk menanamkan modalnya dan memutuskan untuk melakukan aksi korporasi dengan mengambil alih 55% saham KEJU pada 14 Oktober 2020.

Pihak Manajemen GOOD menyatakan bahwa keputusan dalam pembelian saham KEJU ini dilakukan untuk meningkatkan dividen pemegang saham perseroan melalui peningkatan laba yang diatribusikan KEJU kepada perseroan (Sandria, 2021). Dalam hal ini, besarnya jumlah laba yang dapat diatribusikan perusahaan kepada pemegang sahamnya dari setiap lembar saham yang dimiliki dapat dilihat melalui rasio *EPS* (Maulana et al., 2024). Pada transaksi pengambilalihan ini GOOD mengambil alih sebanyak 825 juta saham KEJU dengan harga Rp1.156 per saham, sehingga total nilai akuisisinya mencapai harga Rp953,7 miliar (Dewi, 2020). Dengan akuisisi ini, maka Garudafood akan menjadi pemegang saham mayoritas terbaru KEJU (Nurdiana, 2020).

Karena pada tahun 2021 nilai *EPS* KEJU terus mengalami peningkatan, menyebabkan GOOD sebagai pemegang saham pengendali KEJU tertarik untuk menanamkan modalnya lebih besar ke perusahaan. Sehingga pada tahun 2021, GOOD memutuskan untuk kembali menambahkan kepemilikan sahamnya di KEJU dengan membeli 9,52% saham atau sebanyak 142,85 juta saham. Pada transaksi ini GOOD membeli saham KEJU di harga Rp1.138 per saham, sehingga total pembelian sahamnya senilai Rp162,56 miliar (Sandria, 2021). “GOOD yang semula telah memiliki 56,55% saham KEJU, kini kepemilikannya bertambah menjadi 66,07% dan masih tetap menjadi pengendali KEJU” (Sandria, 2021).

Setelah diakuisi oleh GOOD, KEJU juga menetapkan strategi untuk memperluas jaringan distribusi produk dan pangsa pasar yang lebih tinggi terutama ke pasar ekspor dengan memanfaatkan jaringan perusahaan induk (Nugraha, 2020). Strategi ini membuahkan hasil dimana pada tahun 2020, penjualan ekspor KEJU mengalami peningkatan signifikan sebesar 41,7% menjadi Rp31,4 miliar (Ramadhani, 2021) dibanding tahun 2019 yang hanya Rp22,18 miliar (Rahmawati,

2020). Sementara di tahun 2021 penjualan ekspor naik 113% menjadi Rp66,9 miliar (Purwanti, 2022) dan di tahun 2022 naik 8,5% menjadi Rp72,6 miliar (Wijaya, 2023).

Berdasarkan contoh kasus perusahaan tersebut, membuktikan bahwa nilai *EPS* yang tinggi dapat meningkatkan minat GOOD sebagai pemegang saham untuk menanamkan modalnya lebih besar ke KEJU. Dari nilai *EPS* yang tinggi, KEJU juga dapat memutuskan untuk melakukan *corporate action* dalam bentuk perluasan jaringan distribusi produk ekspor untuk meningkatkan penjualannya dengan dukungan akses distribusi dari GOOD. Peningkatan penjualan ini kemudian berdampak pada meningkatnya pendapatan, sehingga laba bersih yang diperoleh KEJU juga mengalami peningkatan. Peningkatan laba bersih tersebut dapat saling menguntungkan bagi KEJU maupun GOOD.

Hal ini disebabkan karena semakin tinggi laba bersih yang diperoleh KEJU, maka pemberian laba yang dapat diatribusikan kepada GOOD juga akan semakin besar. Sehingga manfaatnya dapat saling dirasakan antara perusahaan dengan pemegang saham pengendali perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan bahwa informasi *EPS* merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan maupun investor, sehingga nilainya harus senantiasa dijaga oleh perusahaan. Pada penelitian ini terdapat 4 faktor yang diperkirakan dapat mempengaruhi *EPS*, yaitu *Return on Asset*, *Current Ratio*, *Operating Leverage*, dan *Debt to Equity Ratio*.

Faktor pertama yang diperkirakan dapat mempengaruhi *EPS* adalah *Return on Asset (ROA)*. “*Return on Asset* adalah rasio yang berfungsi mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki” (Rohmawati & Ismoerida, 2021). Sehingga semakin tinggi nilai *ROA*, menunjukkan semakin efektif perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba bersih yang tinggi. Laba bersih yang tinggi setelah dikurangi dengan kepentingan non pengendali, maka akan menghasilkan laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk yang juga tinggi.

Ketika perusahaan menghasilkan laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk perusahaan yang semakin tinggi dengan asumsi jumlah *outstanding share* tetap, maka *EPS* akan meningkat. Hal ini menyebabkan semakin tinggi nilai *ROA*, maka *EPS* juga akan semakin tinggi. Berdasarkan hasil penelitian Sinaga et al. (2022) menunjukkan bahwa *Return on Asset (ROA)* berpengaruh positif terhadap *EPS*. Sedangkan berdasarkan penelitian Tjahjadi & Munandar (2021) menunjukkan bahwa *ROA* tidak berpengaruh terhadap *EPS*.

Faktor selanjutnya yang diperkirakan dapat mempengaruhi *EPS* adalah *Current Ratio (CR)*. *Current ratio* atau “rasio lancar adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban finansial jangka pendek dengan menggunakan aset lancar” (Hendrawati, 2021). Sehingga semakin tinggi nilai *current ratio*, menunjukkan bahwa semakin besar kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar. Jika kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya lebih besar daripada yang harus dilunasi, menunjukkan jumlah *current asset* yang dimiliki perusahaan lebih tinggi dibanding *current liabilities*-nya. Ketika jumlah *current asset* lebih tinggi daripada *current liabilities*, menandakan perusahaan memiliki modal kerja (*working capital*) yang tinggi sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan kegiatan operasional.

Perusahaan dapat menggunakan modal kerja tersebut untuk menambah pembelian bahan baku dalam jumlah yang banyak dan berkualitas untuk meningkatkan penjualan. Dengan memperbanyak pembelian bahan baku yang berkualitas, perusahaan dapat menghasilkan produk yang semakin banyak dan juga berkualitas tinggi. Ketika perusahaan menjual lebih banyak produk dengan kualitas tinggi, maka akan meningkatkan ketertarikan konsumen dalam membeli produk yang dihasilkan perusahaan sehingga penjualan dapat meningkat.

Meningkatnya penjualan akan menyebabkan pendapatan yang dihasilkan perusahaan juga ikut meningkat. Sehingga jika peningkatan pendapatan disertai

dengan pengelolaan beban yang efisien, maka akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Karena perusahaan awalnya telah memproduksi produk yang berkualitas tinggi, maka akan berdampak pada berkurangnya produk cacat (*spoilage*) dan pengerjaan ulang produk (*rework*) sehingga dapat mengurangi biaya terkait *internal failure cost*.

Peningkatan pada laba bersih perusahaan setelah dikurangi dengan kepentingan non pengendali, akan meningkatkan laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk. Ketika laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk perusahaan meningkat dengan asumsi jumlah *outstanding share* tetap, maka *EPS* akan meningkat. Hal ini menyebabkan semakin tinggi nilai *CR*, maka *EPS* juga akan semakin tinggi. Berdasarkan hasil penelitian Sinaga et al. (2022) menunjukkan bahwa *Current Ratio (CR)* berpengaruh positif terhadap *EPS*. Sedangkan berdasarkan penelitian Anwar et al. (2020) menunjukkan bahwa *CR* tidak berpengaruh terhadap *EPS*.

Faktor lain yang diperkirakan dapat mempengaruhi *EPS* adalah *Operating Leverage*. “*Operating leverage* adalah rasio yang memperlihatkan pengaruh penjualan terhadap laba operasi atau laba sebelum bunga dan pajak yang diperoleh perusahaan” (Panjaitan et al., 2019 dalam Mudawanah, 2019). Sedangkan menurut Mowen et al. (2022), “*operating leverage* adalah penggunaan biaya tetap untuk mendapatkan persentase perubahan laba yang lebih tinggi seiring dengan perubahan aktivitas penjualan”. Nilai *operating leverage* yang tinggi menunjukkan semakin besar pengaruh perubahan penjualan terhadap perubahan laba sebelum bunga dan pajak (*EBIT*) perusahaan. Sehingga ketika penjualan yang dihasilkan perusahaan meningkat, maka meningkatkan *EBIT* yang diperoleh perusahaan.

Perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dengan memaksimalkan strategi promosi menggunakan *platform* digital seperti penayangan iklan melalui media sosial, *website*, hingga *google ads*. Selain itu, perusahaan juga dapat mengoptimalkan penjualannya dengan melakukan penjualan secara *online* melalui *e-commerce* untuk mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Dengan melakukan

promosi berbasis *online*, perusahaan dapat menampilkan iklan sesuai dengan target konsumen yang ingin dicapai dan kepada masyarakat yang tertarik dengan produk yang dijual oleh perusahaan. Melalui ini, perusahaan juga dapat mengetahui dan menyaring konsumen mana yang tidak tertarik terhadap produk perusahaan sehingga perusahaan secara tidak langsung telah melakukan riset terkait minat konsumen.

Karena sudah mengetahui minat konsumennya, perusahaan dapat menciptakan inovasi berdasarkan kebutuhan masyarakat sehingga produk yang dihasilkan dapat tepat sasaran dalam mencapai konsumen potensial. Dengan ini, perusahaan dapat menghemat biaya untuk penelitian dan pengembangan produk (*research and development*). Sehingga, pengelolaan beban yang efisien terhadap peningkatan pendapatan akan menyebabkan *EBIT* meningkat. Meningkatnya *EBIT* dengan asumsi tingkat bunga dan pajak yang dibayarkan perusahaan tidak mengalami perubahan signifikan, akan menyebabkan laba bersih meningkat. Peningkatan pada laba bersih setelah dikurangi dengan kepentingan non pengendali, akan meningkatkan laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk perusahaan.

Ketika laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk perusahaan meningkat dengan asumsi jumlah *outstanding share* tetap, maka akan meningkatkan nilai *EPS*. Hal ini menyebabkan semakin tinggi *operating leverage*, maka *EPS* juga akan semakin tinggi. Berdasarkan hasil penelitian Mudawanah (2019) menunjukkan bahwa *operating leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *EPS*. Sedangkan berdasarkan penelitian Purnomo (2022), menunjukkan bahwa *operating leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap *EPS*.

Faktor selanjutnya yang diperkirakan dapat mempengaruhi *EPS* adalah *Debt to Equity Ratio (DER)*. “*DER* merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh pihak kreditur dibandingkan dengan ekuitas” (Hendrawati, 2021). Nilai *DER* yang rendah menunjukkan sumber pendanaan

perusahaan lebih banyak berasal dari ekuitas dibandingkan dengan utang. Sehingga jika memiliki lebih banyak ekuitas, menandakan bahwa perusahaan memiliki modal yang dapat dialokasikan untuk membangun pabrik baru di lokasi yang memiliki potensi penjualan tinggi untuk meningkatkan penjualan.

Meningkatnya penjualan akan menyebabkan pendapatan yang dihasilkan perusahaan juga ikut meningkat. Sehingga apabila peningkatan pendapatan disertai dengan pengelolaan beban yang efisien, maka akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Efisiensi yang dapat dilakukan perusahaan terletak pada penghematan beban distribusi produk untuk penyaluran produk ke konsumen. Karena perusahaan pada awalnya telah membangun pabrik di lokasi yang strategis dan dekat dengan konsumen, menyebabkan biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan dapat lebih diminimalkan.

Meningkatnya laba bersih perusahaan setelah dikurangi dengan kepentingan non pengendali, akan meningkatkan laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk perusahaan. Ketika laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk perusahaan meningkat dengan asumsi jumlah *outstanding share* tetap, maka akan meningkatkan nilai *EPS*. Hal ini menyebabkan semakin rendah nilai *DER*, maka *EPS* akan semakin tinggi. Berdasarkan hasil penelitian Faruq et al. (2021) menunjukkan bahwa *Debt to Equity Ratio (DER)* berpengaruh negatif serta signifikan terhadap *EPS*. Sedangkan berdasarkan penelitian Purnomo (2022) menunjukkan bahwa *DER* tidak berpengaruh terhadap *EPS*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Sinaga et al. (2022) dengan beberapa perbedaan sebagai berikut:

1. Variabel Penelitian

Penelitian ini menambahkan variabel independen *operating leverage* yang mengacu pada penelitian Mudawanah (2019) dan *debt to equity ratio* yang mengacu pada penelitian Faruq et al. (2021). Variabel independen yang tidak digunakan dari penelitian sebelumnya adalah *financial leverage* karena hasil

penelitiannya tidak berpengaruh terhadap *earning per share*, serta *net profit margin* karena rasio profitabilitas telah digambarkan oleh *return on asset*.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan industri *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022. Sedangkan objek penelitian yang dilakukan Sinaga et al. (2022) menggunakan perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.

Berdasarkan latar belakang pada bagian pendahuluan yang telah diuraikan sebelumnya, maka judul yang ditetapkan pada penelitian ini adalah **“Pengaruh Return on Asset, Current Ratio, Operating Leverage, dan Debt to Equity Ratio terhadap Earning Per Share”**.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Basic Earning Per Share*.
2. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini *Return on Asset*, *Current Ratio*, *Degree of Operating Leverage*, dan *Debt to Equity Ratio*.
3. *Degree of Operating Leverage* ditunjukkan dengan persentase perubahan *EBIT* dibagi dengan persentase perubahan *sales*.
4. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan industri *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2022.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Apakah *Return on Asset* berpengaruh positif terhadap *Earning per Share*?

2. Apakah *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap *Earning per Share*?
3. Apakah *Operating Leverage* berpengaruh positif terhadap *Earning per Share*?
4. Apakah *Debt to Equity Ratio* berpengaruh negatif terhadap *Earning per Share*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh positif *Return on Asset* terhadap *Earning per Share*.
2. Pengaruh positif *Current Ratio* terhadap *Earning per Share*.
3. Pengaruh positif *Operating Leverage* terhadap *Earning per Share*.
4. Pengaruh negatif *Debt to Equity Ratio* terhadap *Earning per Share*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam melihat faktor-faktor yang mempengaruhi *earning per share*, sehingga perusahaan dapat mengetahui kinerja operasionalnya di masa yang akan datang sebagai dasar dalam melakukan pengambilan keputusan yang tepat.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi investor untuk memperoleh pengetahuan dan informasi mengenai *earning per share* sebagai pertimbangan dalam berinvestasi agar dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian terhadap pengaruh *return on asset*, *current ratio*, *operating leverage*, dan *debt to equity ratio* terhadap *earning per share*.

4. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai *earning per share* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Khususnya pada penelitian ini yaitu faktor *return on asset*, *current ratio*, *operating leverage*, dan *debt to equity ratio*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penulisan, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang landasan teori *earning per share* sebagai variabel dependen beserta teori variabel independen yaitu *return on asset*, *current ratio*, *operating leverage*, dan *debt to equity ratio*, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel dependen dan variabel independen, hipotesis, serta model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, variabel yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data yaitu data sekunder, teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*, metode analisis data dengan statistik deskriptif, uji normalitas, dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolonieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis dengan metode analisis regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji statistik F, dan uji statistik t.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang penelitian yang dilakukan berdasarkan pengumpulan data, hasil pengujian, analisis hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang simpulan, keterbatasan, saran, dan implikasi berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.

A large, light blue circular watermark logo is centered on the page. It features the letters 'UMMN' in a stylized, bold font, with the 'U' and 'M' being significantly larger than the 'N'. The logo is semi-transparent, allowing the text of the document to be seen through it.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA