

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya tujuan dari setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah untuk memperoleh suatu keuntungan atau mencapai profit. Menurut Munawir (2007:76) profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang menjadi indikator keberhasilan dan prospek pertumbuhan perusahaan, karena profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Tanpa keuntungan, perusahaan akan kesulitan untuk melakukan investasi dan inovasi yang diperlukan untuk tetap kompetitif. Selain itu para investor dan pemegang saham juga sangat memperhatikan profitabilitas karena ini mencerminkan seberapa baik perusahaan dapat memberikan pengembalian dari investasi mereka. Semakin tinggi keuntungannya maka akan menarik lebih banyak investor.

Menurut Anwar (2019:176) profitabilitas dapat diartikan sebagai usaha dan kemampuan suatu bisnis dalam menghasilkan keuntungan atau laba. Namun, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan dalam mencapai tujuan tersebut. Maka dari itu, dalam upaya mewujudkan tujuan tersebut perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah strategis guna mengoptimalkan efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan dalam menjaga stabilitas dan kesehatan keuangan.

Dalam praktiknya, tidak sedikit dijumpai perusahaan yang kerap kali mengalami kesulitan finansial sehingga tidak mampu mendanai kegiatan operasionalnya maupun dalam melakukan pembayaran utang. Perusahaan yang

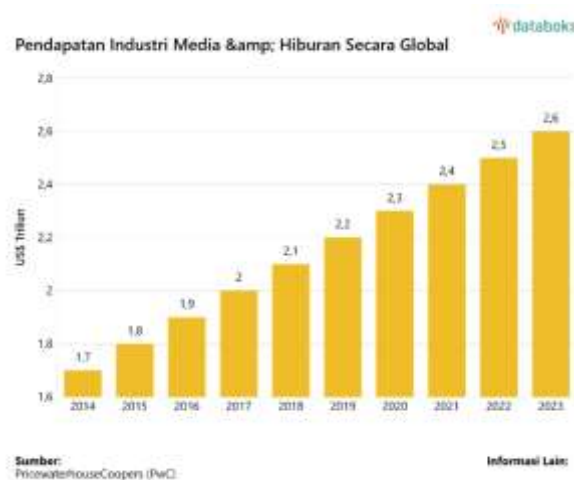
tidak memiliki cukup dana dalam melunasi kewajibannya dapat dipastikan bahwa perusahaan tersebut tidak akan sanggup membayar apalagi melunasi seluruh utang-utangnya kepada kreditor secara tepat waktu pada saat jatuh tempo.

F. Brigham & R. Daves (2007:259) menyatakan profitabilitas merupakan salah satu rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur efisiensi keuangan perusahaan. Menurut Hery (2014:194) salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE). Kasmir (2019:204) mengemukakan bahwa *return On Equity* atau hasil pengembalian modal sendiri merupakan salah satu rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah bunga dan pajak dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan, dimana semakin tinggi rasio ini maka menunjukkan semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan, yang artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat. Perusahaan dengan *Return On Equity* tinggi dan mengalami peningkatan akan menunjukkan kinerja keuangan perusahaan yang baik sehingga akan terlihat prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang. Akan tetapi ketika *Return On Equity* mengalami penurunan akan membahayakan perusahaan dan prospek yang kurang baik di masa yang akan datang.

Media & Entertainment merupakan salah satu subsektor perusahaan jasa yang terdaftar sebagai perusahaan publik dalam sektor barang konsumen non-primer di Bursa Efek Indonesia (BEI). Industri ini merupakan organisasi yang bergerak di bidang produksi, distribusi, dan penyajian konten yang ditujukan untuk menghibur, mengedukasi, atau memberi informasi kepada masyarakat. Kegiatan dalam

subsektor ini mencakup penyiaran melalui televisi dan radio, pembuatan film dan video, produksi serta distribusi musik, dan penerbitan buku, majalah, maupun media digital. Selain itu, subsektor ini juga mencakup industri permainan digital atau game, penyelenggaraan acara hiburan seperti konser dan festival, serta aktivitas periklanan dan pembuatan konten digital di media sosial. Teknologi baru seperti platform streaming juga menjadi bagian penting dari perkembangan subsektor ini.

Perkembangan industri media dan *entertainment* di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya digitalisasi dan konsumsi konten digital masyarakat. Sektor ini memiliki peran strategis dalam mendukung informasi, hiburan, dan ekonomi kreatif. Namun, industri ini merupakan industri kreatif yang mengikuti inovasi teknologi dan permintaan konsumen sehingga menyebabkan adanya persaingan ketat yang dialami oleh pelaku bisnis yang bergerak di industri hiburan.



Sumber: PricewaterhouseCoopers (PwC)

Gambar 1.1
Pendapatan Industri Media Global Tahun 2014-2023

Hasil riset PricewaterhouseCoopers (PwC) mengungkapkan tren pendapatan industri media dan hiburan global terus mengalami kenaikan sejak 2014 hingga 2018. Bahkan, hingga 2023 pendapatan industri ini terus bertambah dalam skala global. Industri media & *entertainment* terus berkembang pesat, diperkirakan mencapai US\$3,4 triliun pada 2028 dari US\$2,8 triliun di 2023. Di balik itu semua, industri ini menghadapi dinamika yang penuh tantangan. Model bisnis semakin tergeser oleh ekosistem digital yang menawarkan peluang sekaligus risiko. Pertumbuhan konten-konten yang dipicu layanan streaming mulai mereda, disisi lain kemunculan teknologi seperti kecerdasan buatan generatif menawarkan potensi efisiensi dan produktivitas baru, serta cara-cara inovatif dalam menjalankan bisnis di berbagai sektor. Survei PwC mengungkap bahwa 57% CEO di sektor ini yakin model bisnis mereka saat ini tidak akan relevan dalam satu dekade ke depan. Oleh karena itu, transformasi mendalam menjadi keharusan, bukan sekadar penyesuaian kecil. Perusahaan harus memikirkan kembali cara mereka menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai agar tetap bertahan di era yang terus berubah.

Dalam menghadapi tantangan ekonomi dan gangguan teknologi, industri ini tetap berhasil mencatat kenaikan pendapatan sebesar 5% pada 2023, yang berarti melebihi laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Meski begitu, laju pertumbuhannya diperkirakan lebih lambat, hanya sekitar 3,9% per tahun. Akan tetapi pendapatan yang dihasilkan perusahaan tidak berbanding lurus dengan peningkatan penjualan, dimana perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan laba selama beberapa tahun terakhir. Fenomena profitabilitas yang di proksikan

oleh *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan subsektor media & entertainment selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Profitabilitas (ROE) Subsektor Media Tahun 2021-2023

No	Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata (%)
		2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)	
1.	ABBA	48,11	56,24	21,77	105,27	49,54	56,19
2.	BMTR	13,34	8,67	9,98	7,73	3,86	8,72
3.	DIGI	0,37	37,08	90,48	469,51	51,30	129,75
4.	MNCN	18,78	12,94	14,71	11,27	5,22	12,58
5.	MSIN	15,54	10,91	11,20	16,15	4,60	11,68
6.	SCMA	17,70	29,51	17,93	7,81	1,84	14,96
7.	TMPO	0,47	21,02	2,47	1,59	0,59	5,23
Jumlah		114,31	176,37	168,54	619,33	116,95	
Rata-Rata		16,33	25,20	24,08	88,48	16,71	

Sumber: *IDX (diolah penulis)*, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa perusahaan subsektor media & *entertainment* rata-rata profitabilitas perusahaannya mengalami fluktuasi dari tahun 2019 sampai 2023. Fluktuasi *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan subsektor media dan *entertainment* dari tahun 2019 hingga 2023 terjadi karena perubahan kondisi bisnis dan operasional yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan secara langsung. Pada tahun 2020 ROE meningkat karena masyarakat lebih banyak mengakses media digital selama masa pandemi yang mendorong pertumbuhan pendapatan dari iklan digital, layanan streaming, dan langganan media daring. Namun, pada tahun 2021 ROE mengalami penurunan karena perusahaan mulai menghadapi kenaikan biaya operasional dan beban keuangan akibat penyesuaian terhadap kondisi pasca pandemi. Pada tahun 2022 ROE melonjak tajam karena

perusahaan berhasil mencatatkan peningkatan laba bersih yang signifikan serta melakukan efisiensi biaya secara optimal, sementara ekuitas tetap stabil. Penurunan ROE pada tahun 2023 terjadi karena pendapatan perusahaan menurun akibat berkurangnya permintaan iklan dari para pemasang iklan, perubahan kebiasaan konsumsi media, serta meningkatnya persaingan di industri digital yang berdampak pada penurunan laba bersih. Hal ini menunjukkan bahwa ROE sangat dipengaruhi oleh dinamika pasar dan kemampuan perusahaan dalam mengelola pendapatan serta biaya secara efektif.

Pada tahun 2019 profitabilitas perusahaan mencapai 16,33%. Pada tahun 2020 profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan menjadi 25,20% dan pada tahun 2021 perusahaan mengalami penurunan menjadi 24,08% sedangkan pada tahun 2022 profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan kembali menjadi 88,48% tetapi pada tahun 2023 profitabilitas perusahaan mengalami penurunan menjadi 16,71% dengan selisih 24%. Dari hasil analisa tersebut diketahui bahwa penurunan yang terjadi di perusahaan tersebut sangat signifikan, sehingga dapat dikatakan perusahaan subsektor media dan *entertainment* tersebut kurang baik karena dengan menurun dan meningkatnya *Return On Equity* (ROE) mengindikasikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *Entertainment*. Faktor-faktor yang diduga mempengaruhi profitabilitas perusahaan diantaranya kondisi rasio likuiditas, solvabilitas dan rasio aktivitas perusahaan. Hal ini dikarenakan keempat rasio keuangan tersebut saling berhubungan dan merupakan urutan dari rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan rasio yang

menggambarkan hasil akhir dari seluruh kebijakan keuangan dan keputusan operasi perusahaan adalah rasio keuangan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Setiawan & Cahyono (2019) menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) dapat dipengaruhi oleh *Current Ratio* (CR). *Current ratio* merupakan rasio likuiditas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Jika perusahaan dapat mengelola likuiditasnya dengan dapat memenuhi semua kewajiban dalam jangka pendek maka kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar, sehingga dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, dan menunjukkan bahwa *current ratio* dapat meningkatkan *return on equity*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pandyanto (2021) bahwa *Return on Equity* dapat dipengaruhi oleh *Debt to Equity Ratio*, dimana *Debt to Equity Ratio* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Return On Equity*. *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio solvabilitas yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas, dengan rasio ini dapat diketahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan atas utang perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban. *Debt to Equity Ratio* yang tinggi menunjukkan perusahaan banyak menerima pendanaan yang bersumber dari utang, sehingga akan berdampak pada semakin besarnya beban perusahaan terhadap pihak luar atau kreditur.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu & Putri (2022) menunjukkan bahwa *Return On Equity* dipengaruhi oleh total *Total Assets Turn Over*. Dari hasil

penelitian tersebut menyatakan bahwa ketika *Total Assets Turn Over* semakin tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dapat mengelola asetnya dengan baik guna meningkatkan kegiatan penjualan untuk menghasilkan keuntungan, sehingga dapat diartikan bahwa *Total Assets Turn Over* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return On Equity*. *Total Assets Turn Over* merupakan rasio aktivitas yang digunakan untuk mengukur perputaran seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan dan mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva. Ketika suatu perusahaan memiliki *Total Assets Turnover* yang tinggi berarti perusahaan mampu mengelola aktivanya dengan efisien, dimana perusahaan dapat memanfaatkan aktiva tersebut untuk meningkatkan penjualan yang akan berpengaruh pada pendapatan. Sehingga dengan ini perusahaan akan dapat meningkatkan profitabilitasnya.

Berdasarkan analisis dan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Aktivitas terhadap profitabilitas (Pada Subsektor Media & Entertainment yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment* dari tahun 2019 sampai 2023;
2. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*;

3. Bagaimana pengaruh solvabilitas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*;
4. Bagaimana pengaruh aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*;
5. Bagaimana pengaruh likuiditas, solvabilitas dan aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penelien ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment* dari tahun 2019 sampai 2023.
2. Pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*;
3. Pengaruh solvabilitas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*;
4. Pengaruh aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*;
5. Pengaruh likuiditas, solvabilitas dan aktivitas terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor media & *entertainment*.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan khususnya mengenai

likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan profitabilitas. Dimana secara teori lebih memperdalam pemahaman ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan juga dapat menambah literatur di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya Program Studi Manajemen.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan berfikir, sehingga dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengembangan dari mata kuliah yang telah ditempuh.

2. Bagi Investor

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai alat bantu analisis terhadap profitabilitas perusahaan melalui variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sehingga para investor dapat memilih pilihan investasi yang dinilai paling tepat.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menambah ilmu pengetahuan serta bahan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi Profitabilitas.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini dipilih lokasi untuk pengambilan data penelitian yaitu pada perusahaan sub sektor Media & Entertainment di Bursa Efek Indonesia tahun

2019-2023 dengan memperoleh sumber data dari *Indonesian Exchange Stock* (www.idx.co.id).

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 9 bulan, terhitung mulai dari bulan Oktober 2024 sampai dengan bulan Juni 2025.