

ANALISIS PERUBAHAN LABA KOMERSIAL PERUSAHAAN SEKTOR CONSUMER GOODS SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19

Muh. Fahreza Haqie ¹⁾; Nico Wahyudi ²⁾; Rafika Surya Manullang ³⁾; Ferry Irawan ⁴⁾

¹⁾ 4122210023_muh@pknstan.ac.id, Politeknik Keuangan Negara STAN

²⁾ 4122210014_nico@pknstan.ac.id, Politeknik Keuangan Negara STAN

³⁾ 4122210019_rafika@pknstan.ac.id, Politeknik Keuangan Negara STAN

⁴⁾ ferry.irawan@pknstan.ac.id@pknstan.ac.id, Politeknik Keuangan Negara STAN*)

* untuk penulis korespondensi

Abstract

The Covid-19 pandemic has caused significant impact on the global economy, including Indonesia. Consumer goods companies are also affected by the decline in people's purchasing power due to the lockdown policy. This study aims to analyze changes in the commercial profits of consumer goods companies before and during the Covid-19 pandemic. Observations were made on the financial statements of three consumer goods companies, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD), and PT Siantar Top Tbk (STTP) in the period of 2019 s.d. 2021. This study found that ICBP and GOOD experienced a decrease in ROA, ROE, NPM during the Covid-19 pandemic. An interesting thing was found in STTP where ROA, ROE, and NPM actually increased. The implications of this research can be used for investors in making decisions related to stock investment.

Keywords: commercial profit and loss; consumer goods companies; Covid-19 pandemic; profitability ratio

Abstrak

Pandemi Covid-19 telah menimbulkan dampak yang signifikan pada perekonomian global, termasuk Indonesia. Perusahaan *consumer goods* pun tak luput dari imbas penurunan daya beli masyarakat akibat terbatasnya aktivitas sehari-hari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan laba komersial perusahaan *consumer goods* sebelum dan saat pandemi Covid-19. Observasi dilakukan terhadap laporan keuangan tiga perusahaan *consumer goods*, yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD), dan PT Siantar Top Tbk (STTP) dalam periode 2019 s.d. 2021. Studi ini menemukan bahwa ICBP dan GOOD mengalami penurunan ROA, ROE, NPM pada masa pandemi Covid-19. Hal yang menarik ditemukan pada STTP di mana ROA, ROE, dan NPM justru mengalami peningkatan. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan bagi para investor dalam pengambilan keputusan terkait penanaman saham.

Kata Kunci: laba rugi komersial; pandemi Covid-19; perusahaan barang-barang konsumsi; rasio profitabilitas

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah menimbulkan dampak yang signifikan pada perekonomian global tidak terkecuali Indonesia (Ozili & Arun). Kebijakan seperti *lockdown* yang diambil pemerintah dinilai telah menghalangi kegiatan perekonomian dan menekan pertumbuhan ekonomi. Tidak sedikit negara di dunia yang mengalami resesi pada periode awal terjadinya pandemi.

Tabel 1. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Negara Tetangga dan Dunia 2019-2021

Negara	2019	2020	2021
Indonesia	5,02	(2,07)	3,69
Malaysia	4,44	(5,65)	3,13
Thailand	2,15	(6,20)	1,57
Vietnam	7,15	2,94	2,59
Singapore	1,10	(4,14)	7,61
Dunia	2,61	(3,27)	5,80

Sumber: World Bank (2022)

Kirk dan Rifkin (2020) berpendapat bahwa sejarah telah menunjukkan bahwa masa krisis sering mengakibatkan transformasi besar di seluruh masyarakat dan merekomendasikan

untuk memperhatikan perilaku konsumen di masing-masing dari tiga fase ini: fase bereaksi, fase mengatasi, fase *do-it-yourself* dan juga fase penyesuaian jangka panjang.

Perubahan pada perilaku konsumsi terjadi baik pada konsumsi terencana maupun konsumsi impulsif. Faktor ketakutan menjadi aspek dominan yang membentuk perilaku konsumsi pada masa pandemi. Konsumen sangat khawatir terhadap dampak dari Covid-19 baik dari segi kesehatan maupun perekonomian (Accenture, 2020; Mckinsey, 2020). Konsumsi yang terjadi pada masa ini didominasi oleh konsumsi atas kebutuhan dasar paling esensial. Bahkan terjadi fenomena stockpiling pada barang kebutuhan dasar. Konsumsi terhadap barang lokal dan bergantung pada teknologi juga merupakan perilaku yang kemudian berkembang pesat pada masa pandemi. Perilaku ini diprediksi akan terus berlangsung dan diadaptasi menjadi kebiasaan baru (Eger et al., 2021)

Selain faktor ketakutan, resesi ekonomi yang terjadi menekan perekonomian rumah tangga, meningkatkan pengangguran dan menurunkan daya beli masyarakat. Perilaku konsumsi sangat bergantung pada batas anggaran (Colander, 2020; Pyndick & Rubenfield, 2013). Penurunan pendapatan yang terjadi mempengaruhi pola konsumsi masyarakat karena adanya pergeseran anggaran yang dimiliki. Konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih barang dan jasa pada keranjang konsumsi mereka sebagai akibat perubahan anggaran pendapatan yang terjadi.

Rogers dan Cosgrove (2020) dalam tulisannya untuk EY menemukan bahwa telah terbentuk empat pola konsumsi yang terjadi akibat pandemi Covid-19 sebagaimana dapat dilihat pada gambar 1. Pola pertama yaitu *Save and Stockpile*. Pola ini ditandai dengan perilaku kecemasan pada keselamatan keluarga, menimbun bahan makanan, penurunan signifikan pada konsumsi pakaian dan hiburan. Pola kedua yaitu *Stay Calm and Carry on*. Pola ini ditandai dengan sikap tenang dalam menghadapi pandemi, tidak mengubah pola konsumsi namun tetap ada kecenderungan untuk menimbun barang (*Stockpiling*). Pola ketiga adalah *Cut Deep*. Konsumen dengan pola konsumsi ini biasanya paling terdampak negatif oleh Pandemi Covid-19. Konsumen ini dipenuhi rasa pesimis dan mengurangi jumlah konsumsi pada semua barang dan jasa. Pola terakhir adalah *Hibernate and Spend*. Konsumen dengan pola konsumsi ini paling siap terhadap situasi yang terajadi. Konsumen optimis terhadap kondisi masa depan dan berani untuk meningkatkan konsumsi.

Gambar 1. Empat Pola Konsumsi di Masa Pandemi



Sumber: Rogers dan Cosgrove (2020)

Sebelum melakukan analisis profitabilitas, penulis terlebih dahulu menyandingkan data perubahan laba (rugi) berdasarkan laporan laba (rugi) komersial tiga perusahaan yang bergerak di bidang *consumer goods*. Data yang ditelaah merupakan laporan laba (rugi) PT Indofood CBP

Sukses Makmur Tbk, PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, PT Siantar Top Tbk dalam kurun waktu tahun 2019 s.d. 2021 pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Perubahan Laba (Rugi) Tiga Perusahaan *Consumer Goods* Tahun 2019 s.d. 2021

Perusahaan	Tahun	Jumlah laba (rugi)
PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)	2018	4.658.781.000.000
	2019	5.360.029.000.000
	2020	7.418.574.000.000
	2021	7.900.282.000.000
PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)	2018	425.481.597.110
	2019	435.766.359.480
	2020	245.103.761.907
	2021	492.637.672.186
PT Siantar Top Tbk (STTP)	2018	255.088.886.019
	2019	482.590.522.840
	2020	628.628.879.549
	2021	617.573.766.863

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022)

Dari tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa dari ketiga perusahaan *consumer goods*, hanya PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk yang mengalami penurunan jumlah laba yang signifikan sebesar 43,75% ketika pandemi melanda Indonesia kuartal pertama 2020. Satu tahun setelahnya, perusahaan ini membuktikan diri bangkit dari keterpurukan dengan mencatat laba yang bahkan melampaui tahun 2019. Sementara itu, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk terus mencetak laba selama tiga tahun terakhir dengan rata-rata peningkatan 22,45%, seakan-akan pandemi Covid-19 tidak mempengaruhi performa profitabilitas salah satu perusahaan *consumer goods* terbesar di Indonesia tersebut. Pada tahun 2020, PT Siantar Top Tbk juga mengalami peningkatan laba sebesar 30,26%, walaupun setahun berikutnya laba perusahaan ini sedikit menurun sebesar 1,76%.

Berdasarkan penelitian Umam et al. (2021), tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada nilai *return on equity* (ROE) sebelum dan di saat pandemi Covid-19 walaupun secara kuantitas terjadi penurunan jumlah ROE sebanyak 32 perusahaan dari total 52 perusahaan. Namun pada nilai *return on asset* (ROA) terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan di saat pandemi Covid-19 pada perusahaan manufaktur. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Hilman & Laturette (2021) bahwa terdapat perbedaan kinerja *return on asset* (ROA) pada 80 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Shalini et al. (2022) menambahkan bahwa manajemen modal kerja dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas 37 perusahaan *consumer goods* secara parsial pada periode 2017-2020. Artinya, perusahaan *consumer goods* adalah salah satu jenis perusahaan yang mampu bertahan dan relatif stabil di tengah gempuran pandemi. Tingkat konsumsi masyarakat terhadap kebutuhan sehari-hari ini masih tinggi.

Berangkat dari studi literatur dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis perubahan laba komersial perusahaan *consumer goods* sebelum dan saat pandemi Covid-19.

KAJIAN PUSTAKA

Barang *consumer goods* merupakan barang produk akhir, yaitu barang hasil produksi perusahaan manufaktur yang akan dimanfaatkan oleh konsumen sebagai penggunaan akhir tanpa proses komersial sebelumnya (Populix, 2022). Produk *consumer goods* dihasilkan

melalui tahapan pengolahan bahan mentah, kemudian menjadi produk setengah jadi, hingga akhirnya produk siap digunakan atau dikonsumsi. Produk *consumer goods* dengan mudah kita dapatkan dalam kehidupan sehari-hari, contohnya produk tahan lama seperti perabot rumah tangga, perangkat elektronik, dan pakaian, serta produk tidak tahan lama seperti makanan dan minuman kemasan. Karena produk barang konsumsi sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, perusahaan *consumer goods* merupakan sektor primadona bagi para investor untuk menanamkan modalnya. Kelebihan dari perusahaan *consumer goods* adalah prospek pasar modalnya terus berkembang dan hasil keuntungan yang dapat diperoleh investor cukup melimpah dalam jangka panjang (Zia, 2021).

Wabah sejenis flu pada awalnya dilaporkan di Wuhan, China, pada 31 Desember 2019 dan kini telah menyebar ke seluruh dunia. Pada tanggal 30 Januari 2020 *World Health Organization* (WHO) mendeklarasikan *Corona Virus Disease 19* (Covid-19) sebagai masalah global serius dan pandemi yang berisiko mengancam kesehatan masyarakat negara (Khaedir, 2020). Pandemi menurut KBBI merupakan wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografi yang luas. Hingga tanggal 25 Agustus 2022 dilaporkan total kasus konfirmasi di seluruh dunia sebanyak 597.584.556 yang diikuti dengan 6.475.745 kematian. Sedangkan di Indonesia dilaporkan total kasus konfirmasi sebanyak 6.315.557 dengan 157.377 kematian. Partono & Rosada (2020) menemukan 3 dampak utama dari pandemi Covid-19, yaitu fisik (dari virus itu sendiri), psikis atau mental dan yang paling miris yaitu ekonomi. Pandemi Covid-19 membuat perubahan pada perilaku konsumen dalam memperoleh barang dan jasa (Cholilawati & Suliyanthini, 2021). Laporan OECD menyatakan bahwa pandemi Covid-19 telah memengaruhi perekonomian dari sisi permintaan dan penawaran (Umam et al., 2021). Efek domino yang disebabkan oleh situasi pandemi ini yaitu pemutusan hubungan kerja secara massal karena menurunnya produksi akibat permintaan barang dan jasa yang berkurang (Muslim, 2020). Penelitian Festiana et al., (2022) menemukan bahwa pandemi Covid-19 cenderung mengakibatkan penurunan pada keuntungan perusahaan, penurunan pada perputaran kemampuan dana yang tertanam dalam inventori dan penurunan pada kemampuan perusahaan untuk membayar hutang jangka pendek melalui kas dan aktiva lancar.

Pada masa pandemi Covid-19, industri barang konsumsi relatif stabil, bahkan beberapa di antaranya mengalami kemajuan. Menurut Allianz (2020, dalam Primadita & Haryono, 2021), industri ini mampu bertahan di tengah gempuran wabah sebab ketika kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat atau PPKM berlangsung, masyarakat sangat membutuhkan persediaan makanan dan minuman, obat-obatan, dan alat kesehatan. Peristiwa ini didukung oleh Ridhoi (2020, dalam Primadita & Haryono, 2021) bahwa hingga kuartal II 2020, industri manufaktur menyumbang 19,87% dari PDB nasional di mana subsektor *consumer goods* yang meliputi makanan dan minuman merespon positif sebesar 0,22%, serta kimia farmasi dan obat tradisional berkontribusi sebesar 8,65%. Berdasarkan laporan *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), pandemi Covid-19 telah mempengaruhi perekonomian dari sisi penawaran dan permintaan. Dari sisi penawaran, perusahaan mengurangi persediaan bahan baku dan tenaga kerja yang tidak produktif. Selain itu, rantai distribusi juga mengalami kendala. Dari sisi permintaan, pandemi Covid-19 menyebabkan permintaan konsumen berkurang dan imbasnya, kepercayaan konsumen terhadap suatu produk pun menurun (Umam et al., 2021). Muzakki (2020) juga menambahkan bahwa pandemi telah menyebabkan kenaikan harga barang dan pemutusan hubungan kerja yang pada akhirnya berimbas pada penurunan daya beli masyarakat.

Untuk menganalisis kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan selama masa pandemi, penulis menggunakan rasio profitabilitas. Profitabilitas sendiri adalah kemampuan untuk memperoleh keuntungan dalam dunia bisnis (Umam et al., 2021). Profitabilitas suatu perusahaan ditentukan oleh faktor internal (performa perusahaan) dan faktor eksternal (keadaan

ekonomi makro). Analisis profitabilitas bertujuan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang digunakan. Dengan analisis ini, dapat diketahui tingkat pengembalian dari investasi suatu perusahaan (Santoso, 2014). Untuk mengukur profitabilitas, dalam penelitian ini penulis menggunakan tolok ukur sebagai berikut:

- a. *return on asset* (ROA) atau juga biasa dikenal dengan istilah *return on investment*, merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen menggunakan aset perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam ilmu perpajakan, rasio ini dapat digunakan untuk mengamati adanya pemindahan (*shifting*) penghasilan ke pihak lain (Santoso, 2014). Secara matematis, ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Earnings After Taxes (EAT)}}{\text{Total Asset}}$$

- b. *return on equity* (ROE) merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan manajemen untuk memberikan keuntungan bagi pemegang saham biasa (pemilik modal) dengan menunjukkan laba bersih yang tersedia untuk modal pemegang saham yang telah digunakan perusahaan (Almira & Wiagustini, 2020). Secara matematis, ROE dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Earnings After Taxes (EAT)}}{\text{Total Equity}}$$

- c. *net profit margin* (NPM) atau juga biasa dikenal dengan istilah *return on sales* menggambarkan besarnya laba bersih yang diperoleh perusahaan pada setiap penjualan yang dilakukan. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan pengembalian kepada pemegang saham (Toto Prihadi, 2019). Secara matematis, ROA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Sales}}$$

METODE

Penelitian ini menggunakan populasi laporan keuangan 3 perusahaan sektor barang dan jasa konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian menggunakan sampel atas laporan keuangan 3 perusahaan yang bergerak dalam industri penyediaan makanan minuman, yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP), PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD) dan PT Siantar Top Tbk (STTP), selama 3 tahun, yaitu 2019, 2020 dan 2021. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu dengan mempelajari catatan atau dokumen-dokumen perusahaan berupa laporan keuangan. Melalui pengumpulan data laporan keuangan akan diperoleh data-data berupa pos-pos rekening dalam neraca dan laporan laba rugi yang akan digunakan sebagai dasar menganalisa kinerja keuangan perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia. Adapun metode penelitian yang digunakan oleh penulis yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Dalam menganalisis perubahan laba komersial perusahaan sebelum dan saat pandemi Covid-19 terjadi, penulis menggunakan teknik analisis data berupa analisis profitabilitas yang terdiri dari *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE) dan *net profit margin* (NPM). Adapun hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini, yaitu H1: terdapat perbedaan *return on asset* (ROA) selama pandemi Covid-19, H2: terdapat perbedaan *return on equity* (ROE) selama pandemi Covid-19 dan H3: terdapat perbedaan *net profit margin* (NPM) selama pandemi Covid-19 pada masing-masing perusahaan yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)

Hasil analisis rasio profitabilitas PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk penulis rangkum dalam tabel 3 berikut.

Tabel 3. Analisis Profitabilitas PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19

Tahun	ROA	ROE	NPM
2018	13,56%	20,52%	12,13%
2019	13,85%	20,10%	12,67%
2020	7,16%	14,74%	15,91%
2021	6,69%	14,44%	13,91%

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022), diolah penulis

ROA PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan yang relatif tinggi pada tahun pertama pandemi, yaitu sebesar 6,69% di tahun 2020. Meski pada tahun 2020 jumlah aset meningkat tajam lebih dari dua kali lipat dibanding tahun sebelumnya, namun hal ini tidak dibarengi dengan peningkatan jumlah laba yang hanya 38,41%. Oleh karena itu, penurunan ROA pada tahun 2020 tidak dapat dihindari. Pada tahun 2021, jumlah aset meningkat sebesar 13,98% dan jumlah laba juga meningkat sebesar 6,49% dari tahun sebelumnya. Walaupun peningkatan pada tahun 2021 lebih stabil, ROA perusahaan ini masih mengalami penurunan meski tak terlalu signifikan, yakni sebesar 0,47% dari tahun 2020. Penurunan ROA di masa pandemi diperkuat oleh penelitian Umam et al. (2021) di mana terdapat 37 dari 50 sampel perusahaan yang menunjukkan nilai *negative rank* dengan nilai rata-rata sebesar 27,59. Perusahaan *consumer goods* mengalami penurunan yang signifikan dari angka 10,69% pada tahun 2019 turun menjadi 6,50% pada tahun 2020. Evany et al. (2022) pun sepakat bahwa terjadi perbedaan yang signifikan nilai ROA sebelum dan di saat pandemi Covid-19. Pendapatan total perusahaan menurun, sedangkan perusahaan tetap harus menanggung biaya operasional, sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih kecil apabila dibandingkan tahun-tahun sebelum terjadi pandemi.

Seperti halnya ROA, ROE PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2020 juga mengalami penurunan sebesar 5,35%. Meski pada tahun 2020 jumlah ekuitas meningkat signifikan sebesar 88,66% dari tahun sebelumnya, jumlah laba hanya meningkat sebesar 38,41%. Oleh karena itu, penurunan ROE pada tahun 2020 tidak dapat dihindari. Pada tahun 2021, jumlah ekuitas sedikit meningkat sebesar 8,76% dan jumlah laba juga meningkat sebesar 6,49% dari tahun sebelumnya. Walaupun peningkatan pada tahun 2021 hampir sebanding, ROE perusahaan ini masih terus menurun meski hanya sebesar 0,31%. Turunnya nilai ROE ini sejalan dengan penelitian Umam et al. (2021) bahwa sebagian besar atau 32 dari 50 sampel perusahaan yang diteliti memiliki nilai ROE lebih kecil sesudah terjadi pandemi Covid-19. Nilai rata-rata ROE perusahaan *consumer goods* sebesar 10,23% pada tahun 2020 mengalami penurunan dari angka 11,68% pada tahun 2019.

Berbeda dengan dua rasio profitabilitas sebelumnya, NPM PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 3,23%. Peningkatan jumlah laba pada tahun tersebut adalah sebesar 38,41%, lebih tinggi persentasenya dibanding peningkatan penjualan dan pendapatan usaha yang hanya sebesar 10,11%. Maka dari itu, NPM pada tahun 2020 pun meningkat. Peningkatan ini tentu menjadi sinyal yang baik bagi pemegang saham bahwa meski di tengah pandemi, perusahaan masih mampu memberikan *return*. Pada tahun 2021, jumlah laba meningkat sebesar 6,49% dan jumlah penjualan dan pendapatan usaha meningkat dengan cukup memuaskan sebesar 21,79% dari tahun sebelumnya. Meskipun

persentase kenaikan jumlah penjualan dan pendapatan usaha tahun 2021 dua kali lipat lebih tinggi dibanding kenaikan tahun 2020, jumlah laba yang hanya mengalami peningkatan sedikit tentu menjadi tidak sebanding. Imbasnya, tidak dipungkiri bahwa NPM perusahaan ini pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 2%. Adanya peningkatan NPM pada tahun 2020 tidak sejalan dengan hasil temuan Evany et al. (2022) bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan kemampuan perusahaan yang terdaftar pada indeks Kompas 100 dalam menghasilkan NPM, yang ditandai dengan nilai rata-rata NPM pada tahun 2019 sebesar 14,1423 kemudian menurun pada tahun 2020 menjadi 13,5802.

PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)

Hasil analisis rasio profitabilitas PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk diperoleh sebagaimana dalam tabel 3 berikut.

Tabel 3. Analisis Profitabilitas PT Garudafood Putra Putri Jaya sebelum dan saat Pandemi Covid-19

Tahun	ROA	ROE	NPM
2018	10,10%	17,09%	5,29%
2019	8,61%	15,76%	5,16%
2020	3,67%	8,47%	3,18%
2021	7,28%	16,66%	5,60%

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022), diolah penulis

ROA menunjukkan penurunan dari 8,61% pada 2019 menjadi 3,67% pada 2020. PT Garudafood Putra Putri Jaya mengalami penambahan aset yang cukup besar, yaitu senilai 95,6 miliar pada tahun 2020 namun hal tersebut justru diikuti oleh penurunan laba. Hal ini menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 berperan kuat dalam menegasikan fungsi aset untuk menghasilkan laba. Pada tahun 2021, ROA mengalami perbaikan signifikan. Tercatat pada 2021 PT Garudafood Putra Putri Jaya memiliki ROA 7,28%, mendekati ROA sebelum terjadinya pandemi Covid-19.

Hal yang sama juga terlihat pada ekuitas. ROE 2022 mengalami penurunan hampir setengah kali dari ROE tahun 2019 dari 15,76% pada 2019 menjadi 8,547% pada 2020 meskipun ekuitas meningkat 4,66%. Hal ini menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 telah menurunkan fungsi ekuitas dalam menghasilkan laba. Meredanya pandemi Covid-19 pada 2021 juga diikuti peningkatan ROE pada PT Garudafood Putra Putri Jaya. Pada 2021 ROE telah menunjukkan angka 16,66%, lebih tinggi dari rasio pada saat sebelum pandemi berlangsung.

Meskipun terdapat penurunan signifikan dari ROA dan ROE, penurunan NPM tidak signifikan penurunan pada rasio tersebut. Pada tahun 2020 PT Garudafood Putra Putri Jaya mencatatkan laba sebelum pajak sebesar 339 miliar rupiah, turun 41% dari laba tahun sebelumnya namun rasio NPM hanya turun 1,99%. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan laba dapat dikaitkan dengan menurunnya kinerja perusahaan melakukan penjualan dan memperoleh pendapatan yang diakibatkan krisis ekonomi yang terjadi karena pandemi Covid-19. Hal tersebut dikonfirmasi oleh penurunan penjualan dan pendapatan usaha sebesar 8,5% atau setara penurunan 719 miliar rupiah. Perusahaan berhasil bangkit pada tahun 2021 sejalan dengan proses pemulihan ekonomi nasional maupun global. PT Garudafood Putra Putri Jaya memperoleh laba sebesar 492 miliar rupiah, dengan NPM 5,6%, lebih tinggi dari NPM pada tahun sebelum terjadinya pandemi.

PT Siantar Top Tbk (STTP)

Hasil analisis rasio profitabilitas PT Siantar Top Tbk (STTP) diperoleh sebagaimana dalam tabel 4 berikut.

Tabel 4. Analisis Profitabilitas PT Siantar Top Tbk sebelum dan saat Pandemi Covid-19

Tahun	ROA	ROE	NPM
2018	9,81%	15,49%	9,02%
2019	16,88%	22,47%	13,74%
2020	18,13%	23,52%	16,34%
2021	16,01%	18,71%	14,56%

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022), diolah penulis

Hasil penelitian menunjukkan *return on asset* (ROA) PT Siantar Top Tbk (STTP) tahun 2018 hingga 2020 terus mengalami kenaikan, yang berarti bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham dari aktiva sendiri mengalami kenaikan. Nilai *return on asset* (ROA) tahun 2019 mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun sebelumnya, yaitu sebesar 7,05%, yaitu dari 9,69% ke 16,75%. Tahun 2020, saat pandemi Covid-19 mulai mewabahi Indonesia, rasio ROA PT Siantar Top Tbk mengalami pertumbuhan positif ke angka 18,23% dengan peningkatan sebesar 1,48% dari tahun sebelumnya. Sekalipun angka ini menunjukkan terjadi pertumbuhan profitabilitas, namun perubahan peningkatan profitabilitas yang terjadi jauh lebih kecil dari tahun sebelumnya, yaitu menurun sebanyak 5,57%. Tahun 2021 rasio ROA PT Siantar Top Tbk mengalami pertumbuhan negatif ke angka 15,75% dengan penurunan sebesar -2,47% dari tahun sebelumnya.

Seperti halnya rasio ROA, rasio *return on equity* (ROE) juga mengalami perubahan yang sama, yaitu tahun 2018 hingga 2020 angka ROE PT Siantar Top Tbk mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pertumbuhan rasio ROE terbesar terjadi pada tahun 2019, yaitu meningkat sebesar 6,97% dari rasio ROE tahun 2018 sebesar 15,49% menjadi 22,47% pada tahun 2019. Pada tahun 2020, rasio ROE PT Siantar Top Tbk bertumbuh positif menjadi 23,52%, namun peningkatannya berkurang menjadi 1,05%. Tahun 2021 menjadi tahun penurunan ROE terbesar menjadi 18,71% atau menurun sebanyak -4,81%.

Sejalan dengan rasio ROA dan ROE, *net profit margin* (NPM) PT Siantar Top Tbk juga meningkat dari tahun 2018 hingga 2020, dengan peningkatan terbesar di tahun 2019 sebesar 4,72%, yaitu dari tahun 2018 sebesar 9,02% menjadi 13,74% di tahun 2019. Rasio NPM pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebanyak 2,60%, yakni sebesar 16,34%. Besarnya peningkatan pada tahun pandemi Covid-19 dimulai ini mengalami penurunan dari tahun sebelum terjadinya pandemi. Pada tahun 2021 NPM PT Siantar Top Tbk mengalami penurunan profitabilitas sebanyak -1,78%, yaitu sebesar 14,56%.

Secara keseluruhan, profitabilitas PT Siantar Top Tbk (STTP) terus mengalami peningkatan yang dilihat dari kinerja keuangan berupa *return on asset* (ROA), *return on equity* (ROE) dan *net profit margin* (NPM) dari tahun 2018, 2019, dan 2020. Dampak pandemi Covid-19 terhadap profitabilitas PT Siantar Top Tbk (STTP) secara signifikan baru dapat dilihat satu tahun setelah pandemi terjadi. PT Siantar Top Tbk (STTP) mengalami penurunan profitabilitas pada tahun 2021 yang dilihat dari ketiga ukuran kinerja keuangan perusahaan yang menurun. Suryahadi (2020) menyatakan bahwa menurut Direktur Operasional PT Siantar Top Tbk penurunan profitabilitas di tahun 2020 disebabkan oleh penyebaran virus Covid-19 yang membuat kinerja ekspor, dengan salah satu negara tujuan ekspor yaitu Tiongkok, sedikit terganggu dan rencana bisnis perusahaan dalam perluasan pemasaran di Tiongkok terhambat. Selain itu, kecenderungan masyarakat untuk berdiam di rumah dan kebijakan pemerintah atas pembatasan sosial juga memengaruhi permintaan produk secara umum menjadi menurun.

PENUTUP**Simpulan**

Pandemi Covid-19 berdampak signifikan terhadap seluruh perekonomian, tidak terkecuali sektor *consumer goods*. Secara keseluruhan, ketiga perusahaan *consumer goods* yang telah diteliti mengalami penurunan nilai *return on assets*, *return on equity*, dan *net profit margin* pada saat terjadi pandemi dibanding sebelum terjadi pandemi. Pada tahun 2020, kala pertama mewabahnya Covid-19, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk mengalami penurunan nilai ROA yang signifikan, sedangkan nilai ROA PT Siantar Top Tbk justru meningkat. Sejalan dengan ROA, nilai ROE kedua perusahaan pertama juga mengalami penurunan namun sebaliknya dengan PT Siantar Top Tbk yang mencatat kenaikan nilai ROE. Hal yang sama juga terjadi pada NPM, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk mengalami penurunan NPM namun pada PT Siantar Top Tbk justru mengalami peningkatan.

Saran

Keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan sektor *consumer goods* pada industri makanan dan minuman yang terdaftar atau *listed* di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga belum dapat menggambarkan keseluruhan dampak pandemi Covid-19 terhadap profitabilitas perusahaan-perusahaan sektor *consumer goods*. Saran bagi pengembangan penelitian ini, yaitu peneliti selanjutnya dapat mengamati perubahan profitabilitas perusahaan dengan menambahkan ukuran kinerja keuangan lainnya untuk mendapatkan analisis perubahan profitabilitas sebelum dan saat terjadi pandemi Covid-19. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian tidak hanya perusahaan sektor *consumer goods* pada industri makanan dan minuman, dengan menambah industri lainnya pada sektor yang sama, sehingga dapat diperoleh analisis data yang lebih beragam dari sektor barang konsumsi yang beragam pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Accenture. (2020). COVID-19 will permanently change consumer behaviour. <https://www.accenture.com/us-en/insights/consumer-goods-services/coronavirus-consumer-behavior-research>
- Almira, N. P. A. K., & Wiagustini, N. L. P. (2020). Return on Asset, Return on Equity, dan Earning per Share Berpengaruh terhadap Return Saham. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(3), 1069. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i03.p13>
- Cholilawati, & Suliyanthini, D. (2021). Perubahan Perilaku Konsumen Selama Pandemi Covid-19. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, IX(April 2020), 18–24.
- Colander, D. C. (2020). *Microeconomics*, Eleventh Edition (11 ed.). McGraw-Hill Education.
- Eger, L., Komárková, L., Egerová, D., & Mičík, M. (2021). The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102542>
- Evany, S. T., Rinofah, R., & Sari, P. P. (2022). Analisis Profitabilitas Perusahaan Kompas 100 Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 397–414. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.678>
- Saputro, D. F. H., & Hapsari, D. I. (2022). Dampak pandemi corona terhadap kinerja keuangan perusahaan pertambangan dan perkebunan. *In Proceeding Of National Conference On Accounting & Finance* (pp. 66-72).

- Hilman, C., & Laturette, K. (2021). Analisis Perbedaan Kinerja Perusahaan Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan*, 18(1), 91–109. <https://doi.org/https://doi.org/10.25170/balance.v18i1>
- Khaedir, Y. (2020). Perspektif Sains Pandemi Covid-19: Pendekatan Aspek Virologi dan Epidemiologi Klinik. *Maarif Institute dor Culture and Humanity*, 15(1), 1–264.
- Kirk, C. P., & Rifkin, L. S. (2020). I'll trade you diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 117, 124–131. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2020.05.028>
- Mckinsey. (2020). Consumer sentiment and behavior continue to reflect the uncertainty of the COVID-19 crisis. <https://www.mckinsey.com/business-functions/growth-marketing-and-sales/our-insights/a-global-view-of-how-consumer-behavior-is-changing-amid-covid-19>
- Muslim, M. (2020). PHK pada Masa Pandemi Covid-19. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 23(3), 357–370.
- Muzakki, F. (2020). The Global Political Economy Impact of Covid-19 and the Implication to Indonesia. *Journal of Social Political Sciences JSPS*, 1(2), 76–93.
- Ozili, P. K., & Arun, T. Spillover of COVID-19: Impact on the Global Economy. In *Managing Inflation and Supply Chain Disruptions in the Global Economy*, 41–61. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-5876-1.CH004>
- Partono, & Rosada, A. (2020). SIKAP OPTIMIS DIMASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Studi Keislaman*, 6(2), 112–126.
- Populix. (2022). Consumer Goods Adalah: Jenis, Contoh Produk, dan Perusahaan. Populix. <https://info.populix.co/articles/consumer-goods-adalah/>
- Primadita, A., & Haryono, N. A. (2021). Dinamika Bisnis Selama Pandemi Covid-19 pada Tingkat Likuiditas Perusahaan Pertanian dan Consumer Goods di Indonesia. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 97–120. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6039>
- Pyndick, R. S., & Rubenfield, D. L. (2013). *Microeconomics* (8th Edition). Pearson.
- Rogers, K., & Cosgrove, A. (2020). Future Consumer Index: How COVID-19 is changing consumer behaviors. EY Future Consumer Index, 1. https://www.ey.com/en_fi/consumer-products-retail/how-covid-19-could-change-consumer-behavior
- Santoso, M. R. (2014). Analisis Laporan Keuangan dan SPT. Pusat Pendidikan dan Pelatihan Pajak.
- Shalini, W., Christianty, R., & Pattinaja, E. M. (2022). Pengaruh Manajemen Modal Kerja, Likuiditas dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Consumer Goods di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1841–1851. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.823>
- Toto Prihadi. (2019). Analisis Laporan Keuangan Konsep & Aplikasi. PT Gramedia Pustaka Utama.

Umam, K., Utami, A. A., Zahrudin, & Maya. (2021). Analisis Profitabilitas Industri Manufaktur Consumer Goods Sebelum dan di Saat Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 8(2), 146–158.

World Bank. (2022). GDP Growth. <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators>

Zia, N. G. (2021). 9 Perusahaan Consumer Goods Terbaik di Indonesia dengan Nilai Saham Terbesar. Bernas. <https://www.bernas.id/2021/06/11123/80295-9-perusahaan-consumer-goods-terbaik-di-indonesia-dengan-nilai-saham-terbesar/>