BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) atau bisa juga disebut *Indonesia Stock Exhange* (IDX) merupakan sebuah lembaga yang menjadi perantara antara para investor dengan perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Bursa Efek Indonesia memberikan fasilitas kepada seluruh investor untuk dapat menjual dan membeli saham dari perusahaan. Terdapat Sembilan sektor emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berdasarkan klasifikasi industri yang telah ditetapkan BEI yaitu JASICA ((*Jakarta Stock Exchange Industrial Classification*). Sektor-sektor tersebut meliputi sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dasar dan kimia, sektor industri mesin, sektor barang konsumsi, sektor properti, real estate, dan konstruksi bangunan, sektor insfrastruktur, utilitas, dan transportasi, sektor keungan, dan sektor perdagangan, layanan, dan investasi (Saham OK, 2021).

Dari beberapa sektor tersebut, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang masuk ke dalam sektor barang konsumsi akan menjadi objek dalam penelitian ini. Sektor barang konsumsi meliputi rokok, farmasi, kosmetik dan barang keperluan rumah tangga, peralatan rumah tangga, dan sub sektor lainnya (Kayo, 2020). Sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan kosmetik dibutuhkan oleh masyarakat untuk dapat menunjang kepercayaan diri dari segi penampilan. Barang keperluan rumah tangga tidak akan bisa lepas setiap hari dalam kehidupan manusia. Kosmetik memiliki peranan penting selain untuk menunjang penampilan juga dapat memberikan pengaruh terhadap kesehatan.

Sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga di Bursa Efek Indonesia memiliki 8 perusahaan yang sudah bergabung menjadi anggota di Bursa Efek Indonesia meliputi PT Akasha Wira International Tbk., PT Kino Indonesia Tbk., PT Mandom Indonesia Tbk., PT Unilever Indonesia Tbk., PT Martina Berto Tbk.,

PT Mustika Ratu Tbk., PT Cottonindo Tbk, dan PT Victoria Care Indonesia Tbk. (Kayo, 2015). Diawal pandemi Covid-19 yaitu pada tahun 2019, beberapa sektor industri mengalami dampak penurunan penjualan bersih perusahaan. Tidak hanya berdampak pada penjualan, namun pandemi Covid-19 ini juga berdampak pada harga saham perusahaan. Dimana terjadi penurunan yang signifikan dari harga saham sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Hal tersebut disebabkan karena para investor melakukan *panic selling* dengan mengamankan investasi mereka ketika kasus positif Covid-19 yang semakin bertambah semenjak satu bulan pertama setelah diumumkan. Dalam penelitian ini, terdapat lima perusahaan yang menjadi objek penelitian yaitu:

1. PT Kino Indonesia Tbk.

   PT Kino Indonesia Tbk. merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai macam produk kecantikan seperti produk wewangian, perawatan wajah dan rambut, pembersih daerah kewanitaan, dan sebagainya. Tidak hanya itu saja, Kino juga memiliki produk seperti pembersih, pelembut, penyegar rumah, perawatan bayi, aneka minuman kemasan, minuman penyegar, dan sebagainya. Kino terbukti telah memiliki produk yang sudah memenuhi standar kualitas dengan ditunjukkan adanya permintaan pasar yang meningkat di seluruh dunia. Hingga pada akhirnya kini Kino sudah memiliki merek sebanyak 37 dimana merek tersebut telah menjadi pilihan utama para konsumen.

   PT Kino Indonesia Tbk. ini memiliki visi untuk menjadi perusahaan ternama di Indonesia dengan landasan ide dan inovasi serta terus bergerak untuk dapat menjadi perusahaan mendunia namun tetap memperhatikan nilai-nilai lokal. Untuk dapat mencapai visi perusahaan terdapat misi perusahaan Kino yaitu melakukan perluasan pasar melalui pengembangan produk dengan didorong adanya semangat untuk terus berinovasi. Budaya yang tertanam dalam perseroan adalah pemenang, keputusan cepat dan tepat, kerjasama *team*, pekerjaan adalah jiwa kami, dan citra perusahaan yang baik.

   Tahun 2020 menjadi tahun dengan munculnya berbagai rintangan serta ketidakpastian untuk seluruh pelaku usaha. Namun Kino mampu untuk

beradaptasi dengan cara melakukan penyesuaian pada strategi perusahaan. Hal tersebut bertujuan untuk membantu perusahaan mengikuti perkembangan di pasar dan masyarakat. Kino berhasil memenuhi tingginya permintaan produk-produk tertentu di tengah Pandemi Covid-19. Tingginya permintaan produk tersebut dapat mejadi strategi untuk mempertahankan kinerja operasional dan keuangan.

2. PT Martina Berto Tbk.

   PT Martina Berto Tbk. adalah salah satu perusahaan yang memproduksi produk kosmetik dan jamu dengan merek pertama kali yang digunakan adalah "Sariayu Martha Tilaar". Terdapat beberapa aktivitas perusahaan yang meliputi proses produksi barang kosmetik beserta obat tradisional atau disebut dengan jamu, melakukan kegiatan pemasaran produk, serta mendapatkan berbagai macam dukungan dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh anak perusahaan.

   Perseroan memiliki visi untuk menjadi perusahaan perawatan kecantikan dan SPA terkemuka di dunia dengan produk yang bernuansa ketimuran dan alami melalui pemanfaatan teknologi modern dan menempatkan penelitian serta pengembangan sebagai sarana untuk meningkatkan *value* bagi konsumen dan para pemangku kepentingan lainnya.

   Pada tahun 2020 terjadi permasalahan ekonomi karena dampak dari pandemi Covid-19. Peningkatan kasus pandemi Covid-19 menyebabkan berbagai kegiatan mengalami kendala karena peningkatan kasus Covid-19. Salah satu industri yang paling tertekan karena adanya Covid-19 adalah industri kosmetik dimana pemakaian masker dan penerapan kebijakan WFH (*Work From Home*) mengurangi tingkat penggunaan produk kosmetik. Perseroan memanfaatkan masalah penggunaan masker yang bisa menyebabkan timbulnya jerawat. Sehingga Perseroan memfokuskan pemasaran ke produk jerawat dan hal tersebut memberikan dampak pada peningkatan permintaan pasar atas produk *Acne Care*.

   Pandemi Covid-19 juga memberikan dampak juga pada pasokan bahan baku baik dari lokal maupun impor. Gangguan pada pasokan Perseroan

membuat munculnya kendala baru dalam pemenuhan permintaan pasar. Hal tersebut sangat mempengaruhi bisnis Perseroan. Perseroan akan mulai fokus pada produk-produk herbal dan mengeluarkan produk baru yaitu Berto Imunku dan *Hand Sanitizer* dengan harga terjangkau sebagai bentuk strategi perseroan untuk menghadapi pandemi Covid-19. Strategi tersebut digunakan untuk dapat memanfaatkan adanya peluang kebutuhan individu di masa pandemi Covid-19.

3. PT Mustika Ratu Tbk.

   PT Mustika Ratu Tbk. merupakan perusahaan yang lahir dari keinginan menciptakan produk dan perawatan alami untuk dapat berbagi warisan budaya Indonesia. Perseoran memiliki misi yaitu melindungi dan mempertahankan kekayaan sumber daya alam dan budaya Indonesia dan mengangkatnya dengan pengetahuan dan teknologi *modern*, memberikan produk dan layanan dengan kualitas tinggi, dan menginspirasi karyawan dalam memberikan kepuasan konsumen. Perseoran memiliki budaya untuk terus berinovasi dalam pelestarian ramuan ratusan tahun dan menghadirkannya menjadi sebuah produk *modern* untuk merawat kecantikan. Filosofi cantik alami menurut Mustika Ratu berawal dari pengetahuan kekayaan alam Indonesia yang sangat kaya akan kearifan tradisi. Perseroan akan memberikan kemewahan pada setiap produknya yang terinspirasi dari ritual kecantikan ratu dan putri Keraton Jawa.

   Pada tahun 2020 kondisi komsumen dan pola konsumsi mengalami penurunan yang cukup signifikan akibat bertambahnya kasus Covid-19. Namun adanya pandemi Covid-19 tidak memberikan pengaruh besar terhadap performa perusahaan. Selama tahun 2020, Perseroan berhasil menunjukkan performa yang cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya peningkatan penjualan bersih sebesar 4% atau senilai Rp. 318,4 miliar dibandingkan dengan tahun 2019 sebesar Rp. 305,2 miliar. Seiring berjalannya waktu, Perseroan terus melakukan inovasi untuk menciptakan produk kecantikan dan kesehatan dengan berbagai manfaat. Meskipun kondisi pasar yang sulit akibat adanya pandemi Covid-19, Perseroan berusaha

untuk bisa memposisikan diri sebagai pemimpin pasar industri kecantikan dan kesehatan merek lokal.

Perseoran menyadari bahwa persaingan pada industri kosmetik menjadi lebih ketat ditinjau dari banyaknya konsumen yang *stay at home* dan penggunaan masker untuk kegiatan di luar rumah. Hal tersebut membuat Perseroan memanfaatkan *Team Research and Development* untuk terus berinovasi dalam proses adaptasi di era *new normal*. Perseroan melakukan strategi yang berfokus pada produksi dan penjualan produk-produk *fast moving*. Selain itu Perseoran juga melakukan penekanan biaya produksi dan biaya operasional, memperluas jalur distribusi, memperkuat penjualan, memaksimalkan *Key Opinion Leaders* (KOL), dan memanfaatkan digital marketing. Perseroan terus melakukan inovasi sebagai bentuk pertahanan di tengah pandemi Covid-19

4. PT Unilever Indonesia Tbk.

   PT Unilever Indonesia Tbk. terbagi menjadi dua divisi utama yaitu *Home and Beauty Personal Care*, dan *Foods and Refreshment*. Produk-produk *Home and Beauty Care* sudah banyak digunakan masyarakat Indonesia. Produk tersebut digunakan untuk membantu membuat masyarakat lebih percaya diri, menjadi lebih nyaman, dan bisa mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Sedangkan untuk produk *Foods and Refreshment* diciptakan dengan menggunakan bahan baku kualitas tinggi yang berasal dari sumber daya yang berkelanjutan.

   Saat ini PT Unilever Indonesia Tbk. sedang berkembang pesat sehingga bisa menjadi salah satu perusahaan terbaik di bidang barang konsumen yang bergerak cepat *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG). Perseroan memiliki visi yaitu untuk meraih rasa cinta dan penghargaan dari masyarakat Indonesia dengan menyentuh kehidupan setiap orang Indonesia. Perseroan juga memiliki misi yaitu bekerja untuk menciptakan masa depan yang baik setiap hari, membantu konsumen untuk merasa nyaman dan berpenampilan baik serta lebih menikmati hidup melalui *brand* dan layanan yang baik bagi mereka dan orang lain, menginspirasi masyarakat untuk melakukan langkah

kecil setiap harinya, dan selalu mengembangkan cara baru dalam berbisnis. Perseroan memiliki budaya dan nilai berupa semangat kepeloporan, integritas, saling menghormati, dan tanggung jawab.

Tahun 2020 merupakan tahun yang memberikan tantangan besar bagi seluruh jajaran Direksi. Namun, pada tahun 2020 Perseroan berhasil mengungguli kinerja pasar. Adanya pandemi Covid-19 ini membuat fokus Perseroan berubah menjadi pendukung konsumen, karyawan, dan masyarakat Indonesia. Berbagai sektor mengalami kesulitan di tahun 2020 termasuk Unilever Indonesia. Namun karena kedekatan Perseroan dengan pasar membuat Perseroan mempu untuk bersaing. Selain itu didorong dengan adanya kesiapan digital dan para karyawan.

5. PT Mandom Indonesia Tbk.

   PT Mandom Indonesia Tbk. merupakan perusahaan yang berdiri sebagai perusahaan *joint venture* antara Mandom Corporation, Jepang dan PT The City Factory. Pada tahun 2001 perseroan mengubah namanya dari PT. Tancho Indonesia menjadi PT Mandom Indonesia Tbk. Mandom memiliki misi yaitu menjadi perusahaan *people oriented* dengan konsep "Sehat, Bersih, dan Indah" dengan penuh keyakinan akan menantang batas untuk menghadirkan inspirasi dan kesan dalam kehidupan.

   Di Indonesia, konsumsi rumah tangga telah menjadi penopang pertumbuhan ekonomi. Kondisi kinerja Perseroan pada tahun 2020 mengalami penurunan penjualan sebesar 29,1%. Jika dilihat dari penjualan produk Perseroan, produk wangi-wangian mengalami penurunan penjualan sebesar 9,0%. Selain itu juga terjadi penurunan pada produk perawatan kulit dan *make up* serta produk perawatan rambut. Pola kerja *Work From Home* (WFH) dan kewajiban untuk menggunakan masker memberikan pengaruh yang cukup signifikan pada penggunaan produk kosmetik terutama produk kosmetik dekoratif (*lipstick* dan *blush on*).

   Selama terjadinya pandemi Covid-19, Perseroan telah melakukan berbagai strategi dan kebijakan bisnis untuk dapat menyesuaikan diri dengan kondisi perekonomian. Strategi yang diterapkan perusahaan adalah peluncuran

produk baru yang sudah dikaji ulang yang merupakan produk *super fast moving goods* dan beberapa produk baru yang diciptakan sebagai strategi adaptif. Adanya kebijakan baru dirasa mampu memberikan pengaruh pada kegiatan produksi serta ketersediaan bahan baku. Selain itu, Perseroan juga memanfaatkan saluran *e-commerce* karena selama pandemi Covid-19 pemerintah menerapkan kebijakan yang menyebabkan keterbatasan mobilitas.

1.2 Latar Belakang Penelitian

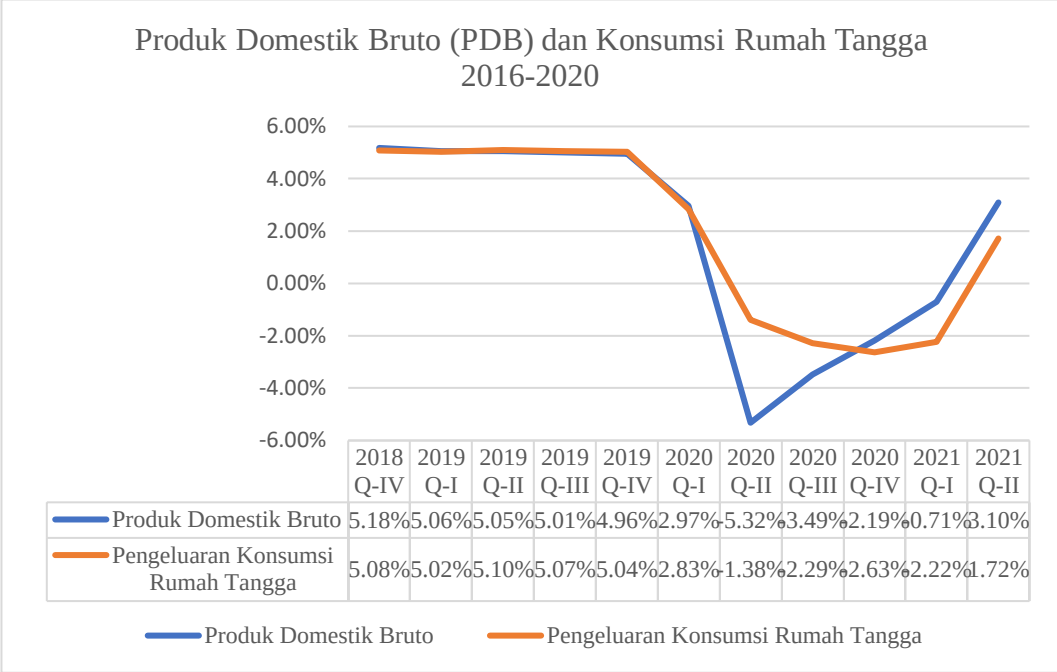
Setiap negara pasti memiliki berbagai cara untuk meningkatkan perekonomian. Menurut Welianto (2020) pertumbuhan ekonomi menunjukkan peningkatan pendapatan nasional pada periode tertentu atau peningkatan kapasitas produksi pada periode tertentu. Sehingga, pertumbuhan ekonomi suatu negara digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana kemampuan perekonomian dalam meningkatkan pendapatan masyarakat pada periode tertentu dan dapat diukur atau bersifat kuantitatif. Saretta (2020) menyebutkan bahwa terdapat tiga indikator untuk menentukan pertumbuhan ekonomi yaitu pendapatan per-kapita dan pendapatan nasional, jumlah pengangguran, dan tingkat kemiskinan. Upaya peningkatan perekonomian dapat memperhatikan tiga komponen yang saling berkaitan yaitu peningkatan produksi, kemajuan teknologi, dan penyesuaian ideologi baru.

Salah satu prasyarat utama dalam pertumbuhan ekonomi adalah tingkat produktivitas. Dalam jangka panjang, sistem ekonomi pada suatu negara memiliki berbagai cara untuk meningkatkan produktivitas pada berbagai sektor industri. Produktivitas dapat membantu meningkatkan daya saing dengan menunjukkan efektivitas dan efisiensi tenaga kerja kerja yang produktif (Setyaningrum, 2021). Dalam perekonomian nasional, industri manufaktur memiliki peran penting dalam menunjang ekspor dan nilai investasi, sehingga menjadikan industri manufaktur sebagai salah satu sektor utama untuk mengakselerasi pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah akan menjadi lebih serius dalam memperbaiki masalah yang ada di dalam industri manufaktur untuk dapat bersaing secara global di era digital

(Cahyoputra, 2019). Sehingga dapat disimpulkan bahwa produktivitas pada industri manufaktur akan selalu mempengaruhi pertumbuhan perekonomian suatu negara. Produktivitas juga dapat menjadi salah satu faktor bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja serta daya saing perusahaan dengan para pesaing.

Namun saat ini keadaan perekonomian dunia sedang dihadapkan dengan munculnya masalah pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 dapat dikatakan sebagai masalah yang serius karena periode pandemi Covid-19 yang cukup panjang dan masih tidak dapat ditentukan dengan jelas kapan akan berakhir. Hal tersebut membuat permasalahan pandemi Covid-19 menjadi penting untuk diperhatikan bagi seluruh sektor perekonomian karena membuat perekonomian negara harus menghadapi berbagai macam tekanan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah dapat memperhatikan perusahaan-perusahaan Bursa Efek Indonesia karena perusahaan tersebut memiliki peningkatan perekonomian yang lebih besar daripada perusahaan yang belum terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bursa Efek Indonesia (BEI) akan senantiasa mendorong perusahaan-perusahaan lain untuk dapat mengubah statusnya hingga menjadi perusahaan terbuka atau perusahaan *go public* (Hidayat, 2019)

Perusahaan *go public* juga akan mendapatkan pendanaan yang tidak terbatas. Industri barang konsumsi menjadi salah satu industri manufaktur yang terbukti mengalami penurunan barang konsumsi karena adanya pandemi Covid-19. Sektor kosmetik dan barang konsumsi juga mengalami dampak adanya pandemi Covid-19. Penurunan barang konsumsi akan memberikan pengaruh pada pertumbuhan perekonomian. Hal tersebut dibuktikan dengan Produk Domestik Bruto (PDB) yang mengalami penurunan pada kuartal 2 tahun 2020 karena adanya perlambatan pada pertumbuhan konsumsi rumah tangga. Konsumsi rumah tangga memiliki kontribusi untuk mengukur perekonomian secara keseluruhan karena saat konsumsi melambat maka tingkat angregat pertumbuhan ekonomi pasti juga akan mengalami perlambatan (Tamara, 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumsi rumah tangga memiliki pengaruh positif terhadap perekonomian negara.



Gambar 1.1 Grafik Produk Domestik Bruto dan Konsumsi Rumah Tangga

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

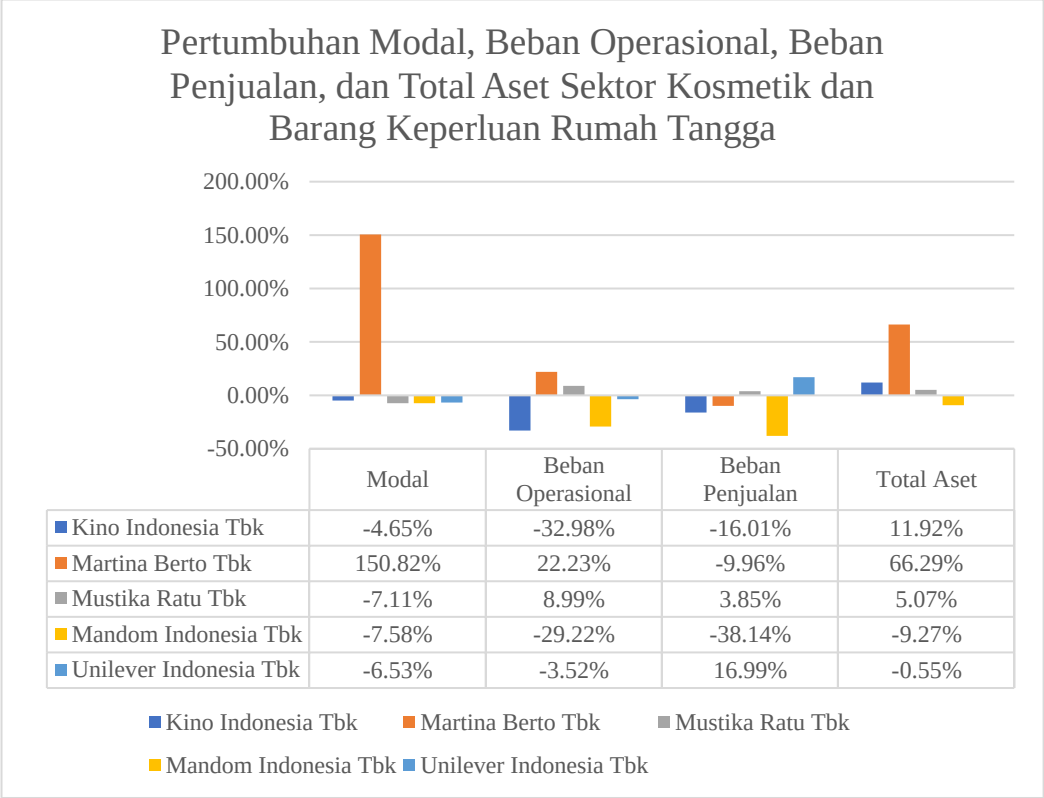
Hingga tahun 2021 permasalahan pandemi Covid-19 masih memberikan pengaruh pada berbagai sektor salah satunya sektor konsumsi rumah tangga yang mengalami penurunan pada triwulan 2 tahun 2020. Jika dilihat secara keseluruhan masih terjadi pertumbuhan pada beberapa komponen seperti komponen perumahan, perlengkapan rumah tangga, dan kesehatan. Namun komponen makanan dan minuman mengalami perlambatan karena adanya kebijakan pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutus rantai penularan Covid-19 (Tamara, 2020).

Produktivitas dapat diartikan sebagai kombinasi dari efektivitas dan efisiensi. Menurut Wang et al. (2020) merupakan suatu usaha untuk bisa mendapatkan hasil (*output*) yang sebesar-besarnya dengan melakukan penghematan sumber daya (*input*) yang sekecil-kecilnya. Output dapat dilihat dari penjualan bersih dan laba bersih perusahaan karena kedua aspek tersebut dapat dijadikan sebagai indikator yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki secara terus-menerus oleh perusahaan. Sedangkan untuk input dapat digunakan sebagai indikator keuangan yang perlu

diseimbangkan oleh perusahaan seperti beban operasional, beban penjualan, total asset, dan modal.

Beban operasional perusahaan memiliki hubungan negatif dengan laba bersih. Hal tersebut ditunjukkan dengan semakin tingginya beban operasional perusahaan menyebabkan semakin rendahnya laba bersih yang nantinya akan diperoleh perusahaan (Ernawati, 2015). Selain beban operasional, input produktivitas juga dapat diukur dari modal perusahaan. Fahmi (2020) menjelaskan bahwa ketika penjualan semakin tinggi dan melewati batas biaya modal yang telah dikeluarkan perusahaan maka akan meningkatkan laba bersih perusahaan. Penggunaan modal kerja yang efektif akan membuat perusahaan mendapatkan laba yang maksimal. Ketika perusahaan mengalami kekurangan modal, maka akan berimbas pada kegiatan operasional perusahaan. Berbeda dengan beban operasional, modal memiliki pengaruh positif terhadap laba bersih yang berarti laba bersih akan meningkat ketika modal mengalami peningkatan. Selain modal terdapat total aset yang juga memiliki pengaruh positif terhadap laba bersih perusahaan (Putri, 2018).

Pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa PT Martina Berto Tbk. mengalami peningkatan modal dan total aset yang cukup signifikan pada tahun 2020. Hal tersebut dikarenakan adanya revaluasi aset tetap perusahaan. PT Martina Berto Tbk. juga mengalami peningkatan beban operasional yang berdampak pada laba bersih perusahaan. Menurut data laporan keuangan perusahaan menunjukkan bahwa pada tahun 2020 PT Martina Berto Tbk. mengalami laba (rugi) bersih sebesar Rp. 203 miliar. Selanjutnya dapat dilihat juga bahwa PT Mandom Indonesia Tbk. mengalami penurunan pada beban operasional dan beban penjualan pada tahun 2020. Pandemi Covid-19 membuat kapasitas produksi PT Mandom Indonesia Tbk. mengalami penurunan. Hal tersebut membuat terhambatnya proses produksi pada beberapa periode**.** Beban penjualan perusahaan juga mengalami penurunan karena adanya kenaikan saldo kas dan setara kas. Aktivitas operasional perusahaan di masa pandemi Covid-19 mengalami penurunan yang cukup signifikan.

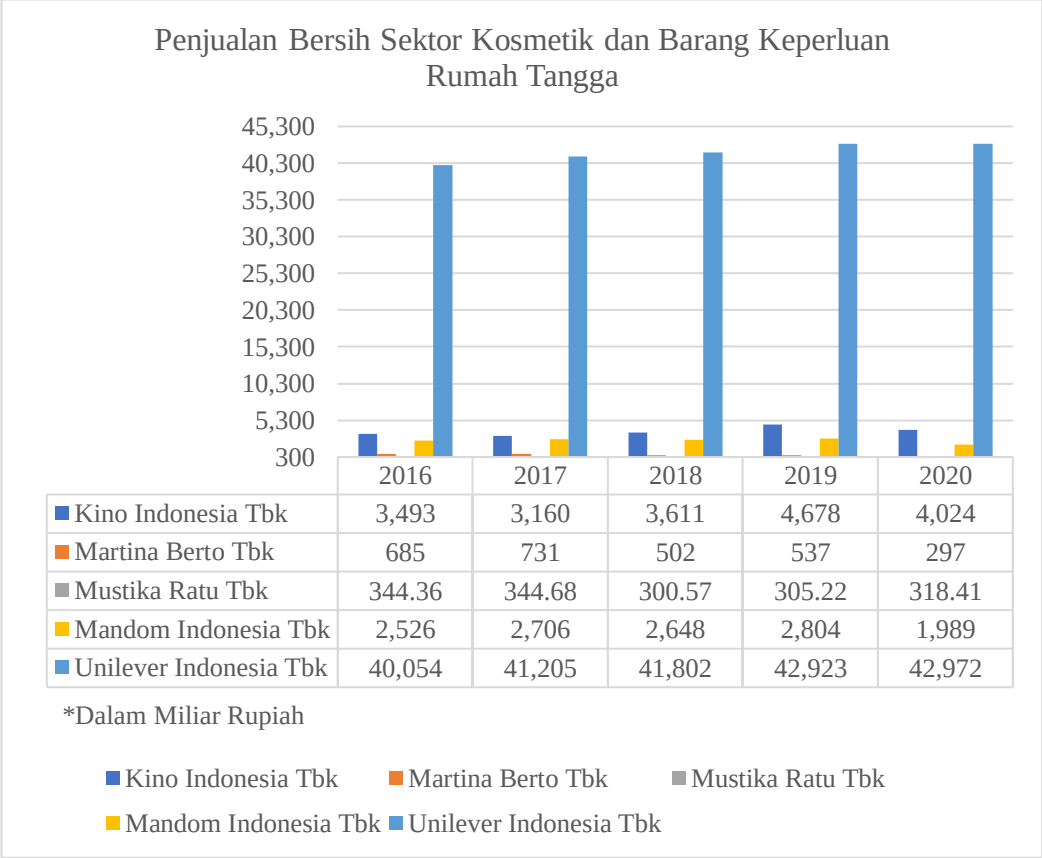


	Modal	Beban Operasional	Beban Penjualan	Total Aset
Kino Indonesia Tbk	-4.65%	-32.98%	-16.01%	11.92%
Martina Berto Tbk	150.82%	22.23%	-9.96%	66.29%
Mustika Ratu Tbk	-7.11%	8.99%	3.85%	5.07%
Mandom Indonesia Tbk	-7.58%	-29.22%	-38.14%	-9.27%
Unilever Indonesia Tbk	-6.53%	-3.52%	16.99%	-0.55%

Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Modal, Beban Operasional, Beban Penjualan, dan Total Aset Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga 2020

Sumber: Diolah, 2021

Permasalahan pandemi Covid-19 ini juga membuat pemerintah harus menciptakan kebijakan *Work From Home* (WFH) dimana hal tersebut menyebabkan terjadinya penurunan penjualan pada beberapa perusahaan produk kosmetik karena berkurangnya kegiatan dalam merias wajah (Uly, 2020). Menurut Triani et.al (2020) tingkat penjualan pada perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap laba bersih yang berarti ketika terjadi peningkatan pada penjualan maka laba bersih juga akan mengalami peningkatan. Grafik 1.3 menunjukkan bahwa pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya penurunan penjualan pada tahun 2020 di beberapa perusahaan yaitu PT Kino Indonesia Tbk., PT Martina Berto Tbk., dan PT Mandom Indonesia Tbk.



Gambar 1.3 Grafik Penjualan Bersih Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga

Sumber: Diolah, 2021

Penurunan penjualan perusahaan akan memberikan dampak pada produktivitas. Fithri & Sari (2015) menjelaskan bahwa hasil pengukuran produktivitas menunjukkan pencapaian tingkat kinerja perusahaan. Pengelolaan sumber daya yang baik akan membantu tercapainya tingkat produktivitas perusahaan. Sumber daya yang dimaksudkan ialah input dan ouput perusahaan. Pengukuran produktivitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Malmquist Productivity Index* (MPI) pada variabel input dan output.

Dalam penelitian ini variabel yang akan dijadikan untuk ukuran perhitungan produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga adalah variabel input yang meliputi modal, total aset, beban operasional, dan beban penjualan, serta variabel output yaitu penjualan bersih dan laba bersih. Pandemi Covid-19 membuat input dan output perusahaan mengalami permasalahan. Beberapa perusahaan

mengalami penurunan penjualan karena banyaknya kegiatan-kegiatan yang terhambat akibat pandemi Covid-19. Rata-rata perusahaan sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga mengalami penurunan pada modal dan peningkatan pada beban operasional. Penurunan modal berarti menunjukkan penurunan pada laba bersih karena modal memiliki pengaruh positif dengan laba bersih perusahaan. Sedangkan beban operasional memiliki pengaruh negatif dengan laba bersih, maka peningkatan beban operasional akibat pendemi Covid-19 membuat perusahaan mengalami penurunan laba bersih.

Penggunaan variabel tersebut didukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Wang et al. (2020) yang mengukur produktivitas *top global automobile*. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa Volkswagen memiliki rata-rata *indeks Malmquist* sebesar 1,037 yang berarti bahwa Volkswagen menjadi produsen mobil dengan kinerja terbaik pada tahun 2017-2018. Sehingga Volkswagen merupakan produsen mobil paling produktif lalu diikuti oleh Honda, BAIC, General Motors, dan Suzuki. Penelitian yang dilakukan oleh Gambhir & Sharma (2015) tentang produktivitas manufaktur industri tekstil di India yang menunjukkan bahwa industri tekstil India harus fokus pada peningkatan efisiensi dan bergerak maju pada skala yang akan menghasilkan produktivitas optimal karena 68% perusahaan menunjukkan kemajuan TFP (*Total Factor* Productivity), 78% mengalami peningkatan TECHCH (perubahan teknologi), dan 48% mengalami peningkatan EFFCH (perubahan efisiensi).

Tzeremez (2021) melakukan penelitian tentang pengukuran produktivitas industri hotel Spanyol selama terjadinya resesi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode terjadinya krisis utang negara, hotel di Spanyol telah menghadapi penurunan produktivitas. Namun industri hotel Spanyol segera pulih pada periode berikutnya. Secara keseluruhan, hasil pengukuran produktivitas industri hotel Spanyol dapat bertahan dari adanya krisis ekonomi. Terdapat peningkatan yang positif pada tingkat perubahan teknologi. Cappellesso et al. (2020) melakukan penelitian untuk mengukur intensitas inovasi pada sektor makanan di Brazil dengan menggunakan pendekatan *Malmquist Productivity Index*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor makanan di Brazil dikategorikan

sebagai sektor dengan teknologi informasi yang rendah namun dengan rata-rata evolusi TFP yang tinggi dengan nilai MPI rata-rata sebesar 1,019.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, mengarahkan peneliti untuk mengetahui tingkat produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Terdapat beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang mengukur tingkat produktivitas perusahaan manufaktur, namun masih belum ditemukan penelitian yang mengukur tingkat produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Sehingga peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **"Perbandingan Produktivitas Sebelum dan Saat Pandemi Covid-19 Pada Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia"**

1.3 Perumusan Masalah

Pada tahun 2019 muncul sejarah baru adanya virus Coronaviruses (CoV) atau biasa disebut Covid-19. Virus tersebut meluas secara cepat sehingga menjadi pandemi. Pandemi Covid-19 ini membawa risiko terhadap perekonomian dunia termasuk Indonesia. Virus Covid-19 semakin menyebar dari hari ke hari, hingga akhirnya pemerintah harus menciptakan kebijakan-kebijakan baru untuk dapat memutus penularan Covid-19. Adanya kebijakan-kebijakan baru tersebut membuat beberapa sektor perekonomian mengalami penurunan tingkat produktivitas.

Sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga merupakan salah satu sektor yang merasakan dampak adanya pandemi Covid-19 dimana sektor ini harus menghadapi berbagai tantangan-tantangan baru. Selain itu, adanya pandemi Covid-19 membuat sektor ini mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan ini dapat mempengaruhi tingkat produktivitas perusahaan. Terdapat beberapa penelitian-penelitian terdahulu terkait pengukuran tingkat produktivitas perusahaan akan tetapi belum ditemukan penelitian untuk mengukur tingkat produktivitias sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dimasa pandemi Covid-19. Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan pokok dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga Bursa Efek Indonesia sebelum pandemi Covid-19?
2. Bagaimana tingkat produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga Bursa Efek Indonesia saat pandemi Covid-19?
3. Apakah terdapat perbedaan yang siginifikan antara produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga Bursa Efek Indonesia sebelum dan saat pandemi Covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditetapkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengukur tingkat produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga Bursa Efek Indonesia sebelum Pandemi Covid-19.
2. Mengukur tingkat produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga Bursa Efek Indonesia saat Pandemi Covid-19.
3. Mengetahui perbedaan produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga Bursa Efek Indonesia sebelum dan saat pandemi Covid-19.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

1. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan, dan pengalaman dalam menganalisis tingkat produktivitas dengan menggunakan metode *Malmquist Index Productivity*.
2. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta informasi mengenai tingkat produktivitas dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat memperdalam dan mengembangkan penelitian mengenai tingkat produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dimasa Pandemi Covid-19.

1.5.2 Aspek Praktis

1. Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat membantu sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga mengetahui pengaruh Pandemi Covid-19 sehingga dapat menerapkan strategi yang sesuai.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini, terdiri atas lima bab yang didalamnya mencakup sub bab-sub bab pembahasan. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama pendahuluan menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, fenomena yang terjadi dalam penelitian, perumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua ini berisi landasan teori serta literatur berupa penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai dasar dalam membahas masalah terkait produktivitas sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga. Kemudian pada bab ini juga dijelaskan mengenai kerangka pemikiran dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan mengenai karaktersitik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan dan sumber data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat berisi tentang hasil penelitian yang akan dipaparkan secara logis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan analisis terkait hasil penelitian selanjutnya dalam bab kelima akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan dan kemudian saran penulis untuk aspek praktis dan tujuan pengembangan ilmu pengetahuan. Selain itu juga terdapat beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada pengguna hasil penelitian.