

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia ditopang oleh sektor konsumsi rumah tangga sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi nasional. Kontribusi konsumsi rumah tangga cukup tinggi dalam memengaruhi angka Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini menunjukkan ketahanan yang kuat meskipun dihadapkan pada ketidakpastian ekonomi global, volatilitas harga komoditas, dan perubahan perilaku belanja masyarakat. Permintaan terhadap produk makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, serta barang konsumsi lainnya tetap stabil, bahkan cenderung meningkat seiring pemulihan daya beli Masyarakat (Novelina Sinaga et al., 2022). Selain itu, transformasi seperti pemasaran berbasis teknologi turut mendorong ekspansi pasar produk konsumsi di Indonesia, sehingga sektor *consumer goods* terus menjadi fokus penting dalam dinamika pertumbuhan ekonomi nasional.

Saat ini persaingan sektor *consumer goods* di Indonesia semakin ketat seiring dengan perubahan perilaku konsumen dan dinamika pasar yang kompleks. Salah satu perusahaan multinasional seperti PT. Unilever Indonesia Tbk menghadapi tantangan besar dari merek-merek lokal yang semakin agresif dalam memperluas pangsa pasar melalui harga yang lebih kompetitif, strategi pemasaran digital, dan relevansi produk bagi konsumen dalam negeri. Misalnya, produk perusahaan lokal seperti PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT. Mayora Indah Tbk yang berhasil

menarik minat konsumen dan memperluas pangsa pasar di tengah perlambatan pertumbuhan PT. Unilever Indonesia Tbk di Indonesia. Hal tersebut ditinjau dari penurunan *market share* perusahaan dalam beberapa tahun terakhir (Hayati et al., 2024).

Selain persaingan harga dan inovasi produk, PT. Unilever Indonesia Tbk sebagai salah satu perusahaan sektor *consumer goods* ini juga terpengaruh oleh faktor eksternal berupa isu sosial politik yang berdampak langsung pada perilaku pembelian konsumen. Gerakan boikot berdampak terhadap produk perusahaan multinasional, khususnya yang dipersepsikan terafiliasi dengan isu konflik internasional tersebut, hal itu telah memicu penurunan penjualan dan pangsa pasar merek tertentu di Indonesia. Salah satu contohnya adalah PT. Unilever Indonesia Tbk, yang mengalami tekanan pasar akibat gerakan boikot yang dilakukan oleh sebagian konsumen Indonesia, sehingga memicu pergeseran preferensi ke merek-merek lokal dan alternatif yang dianggap lebih sesuai dengan nilai dan preferensi konsumen setempat (Septi et al., 2024). Dampak ini menunjukkan bahwa selain faktor ekonomi dan kompetisi harga, isu sosial seperti boikot tersebut juga dapat menjadi variabel penting yang memengaruhi kinerja dan daya saing perusahaan di sektor *consumer goods*.

Kinerja perusahaan merupakan indikator penting untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu mengelola sumber dayanya secara efektif dan efisien dalam menghasilkan keuntungan. Dalam penelitian kuantitatif, kinerja perusahaan umumnya diukur melalui rasio keuangan. Karena rasio keuangan ini memberikan gambaran objektif mengenai kondisi keuangan perusahaan dan menjadi acuan bagi

investor, manajemen, maupun pihak eksternal dalam menilai keberlanjutan perusahaan. Dalam konteks sektor *consumer goods* yang memiliki intensitas persaingan tinggi, rasio keuangan menjadi semakin penting karena hal itu dapat menjadi indikator dan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi tekanan pasar (Septi et al., 2024). Perusahaan dengan efisiensi operasional yang baik, perputaran aset yang cepat, dan tingkat profitabilitas tinggi biasanya lebih mampu mempertahankan posisinya di tengah kompetisi harga, inovasi produk, dan perubahan preferensi konsumen. Sebaliknya, perusahaan yang memiliki rasio profitabilitas rendah atau struktur permodalan yang kurang sehat cenderung lebih rentan terhadap penurunan pangsa pasar.

Fenomena yang saat ini terjadi seperti boikot menunjukkan bahwa kompetisi di sektor *consumer goods* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti strategi bisnis dan efisiensi biaya, tetapi juga oleh faktor eksternal, termasuk pergeseran perilaku konsumen, digitalisasi pasar, dan bahkan isu sosial seperti boikot. Perusahaan multinasional yang sebelumnya mendominasi pasar kini menghadapi tekanan signifikan dari merek-merek lokal yang lebih adaptif terhadap tren konsumen dan harga yang lebih kompetitif. Kondisi ini berdampak langsung pada performa keuangan mereka, yang tercermin pada fluktuasi rasio profitabilitas serta pertumbuhan pendapatan (Hayati et al., 2024).

Dengan demikian, rasio keuangan tidak hanya menjadi alat ukur performa internal, tetapi juga indikator sensitif yang menangkap pengaruh fenomena pasar dan persaingan antar perusahaan. Dalam penelitian, analisis rasio keuangan membantu mengidentifikasi bagaimana dinamika persaingan dan perubahan

lingkungan bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dari waktu ke waktu, khususnya dalam industri yang cepat berubah seperti sektor *consumer goods* di Indonesia. Rasio keuangan yang dapat menjadi tolak ukur dalam memberikan gambaran objektif mengenai kondisi keuangan perusahaan dan menjadi acuan bagi keberlanjutan perusahaan tersebut diantaranya seperti *Current Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Return on Equity* (ROE), serta rasio lainnya yang mencerminkan aspek profitabilitas, likuiditas, serta efisiensi penggunaan aset.

Rasio likuiditas merupakan rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu (Irham Fahmi, 2015), yang dalam penelitian ini rasio likuiditas yang digunakan adalah *Current Ratio* (CR). Sedangkan rasio selanjutnya adalah rasio aktivitas, rasio ini menggambarkan sejauh mana sebuah perusahaan menggunakan sumber daya yang dimilikinya guna menunjang aktivitas perusahaan (Irham Fahmi, 2015), dalam penelitian ini *Total Asset Turnover* digunakan untuk menilai kinerja tersebut. Selanjutnya yaitu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari penjualan, aset, dan modal yang dimilikinya, *Return on Equity* dipilih sebagai alat ukur profitabilitas perusahaan dalam penelitian. Karena rasio ini mengindikasikan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi *return on equity* perusahaan maka dianggap semakin baik. Dalam artian posisi perusahaan semakin kuat, begitupun sebaliknya (Kasmir, 2019).

Secara teori pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap *Return on Equity* (ROE) memiliki pengaruh positif signifikan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asep Muhammad Lutfi (2024) yang menyatakan bahwa *Current Ratio*

berpengaruh signifikan terhadap *return on equity*. Dalam penelitian dijelaskan bahwa likuiditas yang baik diyakini dapat berkontribusi positif terhadap peningkatan laba bersih yang pada akhirnya meningkatkan *return on equity*. Akan tetapi menurut penelitian yang dilakukan oleh Widodo et al (2022) menyatakan bahwa *Current Ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on equity*. Hal tersebut karena *return on equity* yang termasuk kedalam rasio likuiditas tidak dapat menjadi faktor penentu, tetapi memiliki peranan penting apabila dianalisis bersamaan dengan rasio yang lain.

Total Asset Turnover (TATO) dianggap baik apabila nilainya semakin tinggi, karena hal tersebut mencerminkan pengelolaan keseluruhan aset perusahaan yang dianggap dapat menghasilkan tingkat penjualan. Dapat disimpulkan bahwa apabila *Total Assets Turnover* (TATO) naik maka semakin tinggi pula nilai *Return on Equity* (ROE). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suharno (2020) yang menyatakan bahwa *total asset turnover* berpengaruh positif signifikan terhadap *return on equity*. Efisiensi penggunaan aset mampu meningkatkan penjualan sehingga laba yang diprosikan dengan *return on equity* juga meningkat. Hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Prakoso (2020) bahwa *total asset turnover* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return on equity*. Hal ini umum terjadi pada perusahaan sektor tertentu yang perputaran asetnya lambat. Contohnya pada sektor infrastruktur dan utilitas.

Dari teori yang telah dijelaskan dan hasil beberapa penelitian terdahulu menunjukkan kesimpulan yang berbeda-beda. Oleh karena itu penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Total Asset Turnover*

(TATO) terhadap *Return on Equity* (ROE) untuk mengukur kinerja keuangan dan kesehatan finansial perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) selama Periode 2015-2024. Adapun berikut ini peneliti melampirkan data empiris dari laporan keuangan perusahaan sesuai dengan variabel-variabel yang akan digunakan, yaitu *Current Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Return on Equity* (ROE).

Tabel 1. 1

Data Tahunan *Current Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024

Kode Perusahaan	Tahun	<i>Current Ratio</i> (CR)		<i>Total Asset Turnover</i> (TATO)		<i>Return on Equity</i> (ROE)	
		(x)		(x)		(x)	
PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	2015	0,65		2,32		1,22	
	2016	0,60	↓	2,39	↑	1,34	↑
	2017	0,63	↑	2,18	↓	1,41	↑
	2018	0,73	↑	2,06	↓	1,44	↑
	2019	0,65	↓	2,08	↑	1,16	↓
	2020	0,66	↑	2,09	↑	1,40	↑
	2021	0,61	↓	2,07	↓	1,24	↓
	2022	0,60	↓	2,25	↑	1,29	↑
	2023	0,55	↓	2,32	↑	1,30	↑
	2024	0,44	↓	2,19	↓	1,21	↓
PT. Mayora Indah Tbk (MYOR)	2015	2,36		1,31		0,24	
	2016	2,25	↓	1,42	↑	0,22	↓
	2017	2,38	↑	1,38	↓	0,22	↓
	2018	2,65	↑	1,37	↓	0,21	↓
	2019	3,43	↑	1,31	↓	0,21	↓
	2020	3,69	↑	1,25	↓	0,19	↓
	2021	2,33	↓	1,40	↑	0,11	↓
	2022	2,62	↑	1,38	↓	0,15	↑

Kode Perusahaan	Tahun	Current Ratio (CR)		Total Asset Turnover (TATO)		Return on Equity (ROE)	
		(x)		(x)		(x)	
	2023	3,67	↑	1,32	↓	0,21	↑
	2024	2,65	↓	1,21	↓	0,18	↓
PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)	2015	1,71		0,70		0,089	
	2016	1,51	↓	0,81	↑	0,121	↑
	2017	1,52	↑	0,79	↓	0,112	↓
	2018	1,07	↓	0,80	↑	0,102	↓
	2019	1,27	↑	0,50	↓	0,113	↑
	2020	1,37	↑	0,50	↓	0,131	↑
	2021	1,34	↓	0,55	↑	0,135	↑
	2022	1,79	↑	0,61	↑	0,102	↓
	2023	1,92	↑	0,59	↓	0,118	↑
	2024	2,15	↑	0,57	↓	0,125	↑
PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk (CPIN)	2015	2,11		1,22		0,15	
	2016	2,17	↑	1,45	↑	0,16	↑
	2017	2,32	↑	2,01	↑	0,16	↑
	2018	2,98	↑	1,69	↓	0,24	↑
	2019	2,56	↓	1,46	↓	0,17	↓
	2020	2,53	↓	1,36	↓	0,16	↓
	2021	2,01	↓	1,46	↑	0,14	↓
	2022	1,78	↓	1,43	↓	0,11	↓
	2023	1,65	↓	1,50	↑	0,90	↓
	2024	2,48	↑	1,57	↑	0,12	↑
PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP)	2015	2,33		1,19		0,189	
	2016	2,41	↑	1,19	↑	0,208	↑
	2017	2,43	↑	1,13	↓	0,183	↓
	2018	1,95	↓	1,12	↓	0,217	↑
	2019	2,54	↑	1,09	↓	0,217	↑
	2020	2,26	↓	0,45	↓	0,193	↓
	2021	1,80	↓	0,48	↑	0,15	↓
	2022	3,10	↑	0,56	↑	0,102	↓
	2023	3,51	↑	0,57	↑	0,142	↑
	2024	4,09	↑	0,57	↑	0,136	↓

Sumber: Laporan Keuangan Tahunan (Data di Olah)

Ditinjau data tabel diatas, dapat dilihat bahwa ketiga variabel yang akan diteliti yaitu *Current Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* selama 10 tahun terakhir mengalami dinamika dan fluktuasi. Baik itu penurunan maupun kenaikan kinerja dari laporan keuangan perusahaan.

PT. Unilever Indoensia Tbk pada tahun 2017-2019 mengalami fluktuasi pada *Total Asset Turnover* (TATO) yang berdampak pada *Return on Equity*. Sedangkan pada tahun 2020 laporan keuangan perusahaan tersebut cukup stabil. Hingga pada tahun 2022-2023 PT. Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan *Current Ratio* (CR) dari tahun-tahun sebelumnya. Namun, penurunan tersebut justru meningkatkan nilai *Return on Equity* pada tahun yang sama. Ketidakstabilan ditahun 2022-2023 tersebut bisa dikarenakan oleh adanya isu sosial politik yang menggiring nama PT. Unilever Indonesia Tbk sebagai perusahaan yang terafiliasi (Hayati et al., 2024).

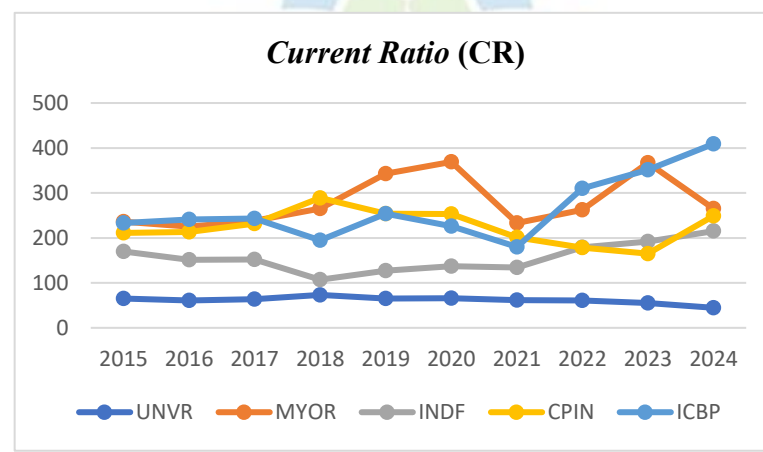
PT. Mayora Indah Tbk pada 10 tahun terakhir mengalami fluktuasi yang cukup signifikan jika ditinjau dari nilai *Return on Equity* (ROE) hal tersebut dapat diartikan bahwa kinerja keuangan perusahaan khususnya dalam menghasilkan profitabilitas mengalami ketidakpastian, terlebih di 6 tahun terakhir *Return on Equity* (ROE) lebih banyak mengalami penurunan yang signifikan. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan beberapa faktor. Pada tahun 2017-2020 mengindikasikan bahwa *Current Ratio* (CR) perusahaan naik tetapi *Return on Equity* mengalami penurunan. Sedangkan pada tahun 2021-2023 fluktuasi terjadi pada nilai *Total Asset*

Turnover. Ketidakpastian tersebut dapat menjadi indikator ketidakstabilan manajemen keuangan perusahaan dalam mengelola aset selama periode tersebut.

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk cenderung terlihat stabil ditinjau dari rasio laporan keuangan *Current Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Return on Equity* (ROE) selama 10 tahun terakhir berikut. Fluktuasi yang dialami oleh PT. Indofood Sukses Makmur terjadi di tahun 2018-2021. Karena ditinjau dari laporan keuangannya *Current Ratio* (CR) selama tahun tersebut hanya mengalami kenaikan 10% dan *Total Asset Turnover* (TATO) berada diangka yang sama selama dua tahun berturut-turut yaitu 2019-2020 dengan cenderung mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Dengan adanya ketidakpastian dan fluktuasi dari rasio keuangan tersebut mengakibatkan naik turunnya nilai *Return on Equity* (ROE) yang kembali menjadi faktor ketidakstabilan pengelolaan keuangan perusahaan.

PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk ditinjau dari rasio keuangan laporan *Current Ratio* (CR), *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Return on Equity* (ROE) selama 10 tahun terakhir mengalami fluktuasi nilai. Tahun 2015-2017 pada laporan keuangannya mengalami kenaikan berturut-turut yang mengindikasikan pengelolaan keuangan perusahaan dalam keadaan baik. Meskipun pada tahun-tahun berikutnya terjadi fluktuasi yang cukup signifikan terutama terjadinya penurunan nilai rasio keuangan pada laporan tahunannya. Akan tetapi seiring berjalannya waktu secara bertahap nilai rasio keuangan perusahaan terutama *Current Ratio* (CR) pada tahun 2024 naik hingga 80% dari tahun sebelumnya yang mengakibatkan kenaikan pada rasio lainnya yaitu *Total Asset Turnover* (TATO), dan *Return on Equity* (ROE) ditahun yang sama.

PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk merupakan anak perusahaan dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Perusahaan ini fokusnya pada produk makanan konsumsi harian. Pada rasio laporan keuangan yang terlampir terlihat bahwa perusahaan sempat mengalami penurunan yang signifikan ditahun 2020-2021 hal tersebut dapat terjadi akibat perubahan preferensi konsumen. Namun, perusahaan berhasil bangkit pada tahun 2022-2024 ditandai dengan pertumbuhan nilai ketiga rasio keuangan yang konsisten yang artinya perusahaan mulai mengalami pemulihan pada pengelolaan keuangan secara bertahap.

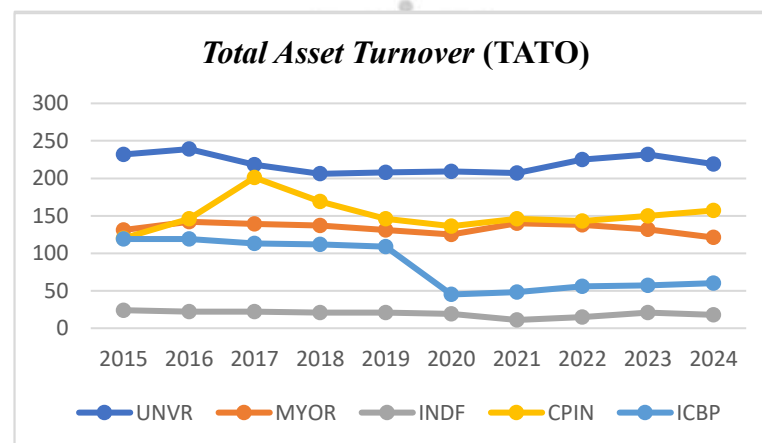


Gambar 1.1

***Current Ratio (CR)* pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024**

Berdasarkan grafik diatas, tampak siklus fluktuasi nilai *Current Ratio (CR)* dari ketiga perusahaan sektor *consumer goods* sebagai objek pada penelitian ini. Dilihat dari kenaikan dan penurunan yang dialami oleh Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) selama Periode 2015-2024 menggambarkan bagaimana perusahaan mampu membayar kewajiban jangka pendeknya selama sepuluh tahun terakhir. Fluktuasi yang cukup signifikan berdasar

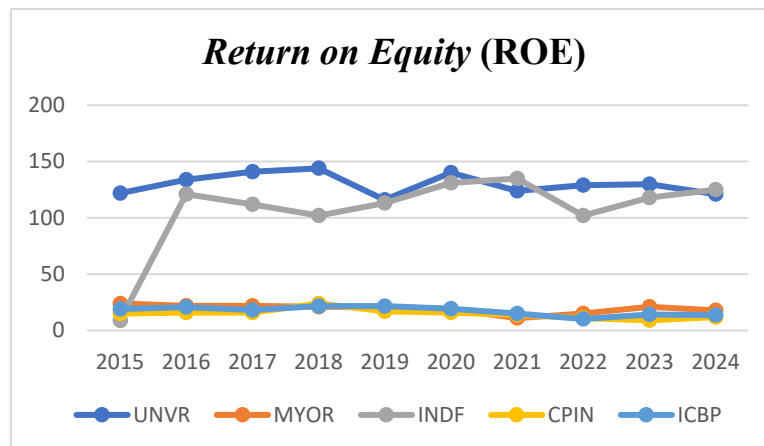
pada nilai *Current Ratio* (CR) terjadi di PT. Mayora Indah Tbk, dimana pada tahun 2018-2020 mengalami kenaikan, sedangkan nilai *Current Ratio* (CR) justru mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun berikutnya. Dan fluktuasi tersebut terjadi pada periode-periode selanjutnya. Sedangkan pada PT. Unilever Indonesia Tbk nilai *Current Ratio* (CR) yang tercatat cukup stabil selama periode sepuluh tahun terakhir. Begitupun dengan PT. Indofood Sukses Makmur yang mencerminkan kenaikan selama periode 2018-2024 saat ini. Sedangkan *Current Ratio* (CR) pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk mengalami penurunan secara drastis pada tahun 2018-2023 secara bertahap, hingga berhasil bangkit di tahun 2024. Untuk PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan pada nilai *Current Ratio* (CR) dan mengalami kenaikan cukup signifikan pada 4 tahun berikutnya yaitu 2021-2024. Dari gambaran grafik tersebut pengelolaan perusahaan dalam membayar kewajibannya dapat ditinjau.



Gambar 1.2

Total Asset Turnover (TATO) pada pada Perusahaan Sektor Consumer Goods yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024

Grafik diatas menyajikan data pergerakan nilai *Total Asset Turnover* (TATO) pada tiga perusahaan sektor *consumer goods* sebagai objek penelitian selama periode 2015-2024. Terlihat bahwa terjadi fluktuasi nilai *Total Asset Turnover* (TATO), seperti pada PT. Unilever Indonesia Tbk yang secara konsisten menunjukkan tingkat efisiensi penggunaan asset tertinggi dibanding perusahaan sektor sejenis lainnya. Meskipun pada tahun 2016-2017 UNVR mengalami penurunan. Akan tetapi pada tahun-tahun berikutnya nilainya terus meningkat. Selanjutnya yaitu PT. Mayora Indah Tbk sebagai salah satu kompetitor dari PT. Unilever Indonesia Tbk yang cukup kuat. Ditinjau dari nilai *Total Asset Turnover* (TATO), MYOR menunjukkan nilai yang relatif stabil bahkan mengalami kenaikan yang cukup signifikan pada tahun 2021. Perusahaan selanjutnya yaitu PT. Indofood Sukses Makmur yang terlihat bahwa nilai *Total Asset Turnover* (TATO) relatif paling stabil diantara kedua perusahaan sebelumnya. Selain itu nilai *Total Asset Turnover* (TATO) yang stabil juga tercermin pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Sedangkan nilai *Total Asset Turnover* (TATO) pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk menurun tajam pada tahun 2019-2020. Dari analisis data tersebut dapat mengindikasikan bahwa perputaran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan volume penjualan berbeda-beda selama periode sepuluh tahun terakhir. Namun, PT. Unilever Indonesia Tbk dengan nilai *Total Asset Turnover* (TATO) yang cukup tinggi secara teori diasumsikan paling efisien dan dapat berdampak positif terhadap nilai *Return on Equity* (ROE).



Gambar 1.3

Return on Equity (ROE) pada Perusahaan Sektor Consumer Goods yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024

Return on Equity (ROE) sebagai rasio yang mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangannya agar menjadi laba dari modal yang ditanamkan oleh para investor. Grafik diatas mencerminkan bahwa PT. Unilever Indonesia Tbk menduduki tingkatan nilai *Return on Equity (ROE)* paling tinggi dibandingkan dengan empat perusahaan lainnya pada objek penelitian ini. Dapat dipastikan hal tersebut dikarenakan UNVR sendiri termasuk kedalam perusahaan multinasional yang sudah cukup besar di sektor *consumer goods*. Sedangkan untuk PT. Indofood Sukses Makmur terpantau mengalami fluktuasi sangat signifikan setiap tahunnya, terutama pada tahun 2015 ke 2016 dari angka 0,089 mengalami lonjakan hingga 0,121. Adapun PT. Mayora Indah Tbk, PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk, dan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dengan rata-rata nilai *Return on Equity* berkisar pada 10-25% mencerminkan bahwa struktur modal dan pengembalian laba perusahaannya cukup konstan selama periode tersebut.

Berdasarkan uraian penjelasan diatas bahwa sangat penting mengapa kinerja keuangan sebuah perusahaan harus diteliti. Adanya faktor-faktor, peristiwa, maupun masalah yang terjadi harus dikaji agar dapat diketahui penyebabnya. Maka, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh fluktuasi nilai kinerja keuangan pada PT. Unilever Indonesia Tbk, PT. Mayora Indah Tbk, PT. Indofood Sukses Makmur, PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk, dan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Karena dari analisis data yang telah dilakukan masih terdapat ketidaksesuaian antara fakta lapangan dengan teori yang seharusnya, begitupun adanya perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi gambaran permasalahan yang perlu dikaji untuk melihat adanya pengaruh dari nilai *Current Ratio* (CR) dan *Total Asset Turnover* (TATO) terhadap *Return on Equity* (ROE) perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) selama periode 2015-2024.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, peneliti berpendapat bahwa nilai *Current Ratio* (CR) memiliki pengaruh atau keterkaitan terhadap *Total Asset Turnover* (TATO), dan dimana keduanya juga diduga dapat mempengaruhi nilai *Return on Equity* (ROE). Maka dari itu, peneliti merumuskan masalah penelitian pada uraian berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024.

2. Bagaimana pengaruh *Total Asset Turnover* (TATO) terhadap *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024.
3. Bagaimana pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Total Asset Turnover* (TATO) terhadap *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024.

C. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Total Asset Turnover* (TATO) terhadap *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Current Ratio* (CR) dan *Total Asset Turnover* (TATO) terhadap *Return on Equity* (ROE) pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2015-2024.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik manfaat untuk bidang akademik secara teoritis maupun untuk praktis:

1. Manfaat Teoritis

a. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman baru dan peningkatan teoritis mengenai konsep rasio keuangan sebagai indikator penilaian kinerja perusahaan.

b. Dapat digunakan untuk mendukung pengembangan teori atau temuan penelitian sebelumnya maupun sebagai masukan untuk mendorong kemajuan penelitian selanjutnya mengenai topik yang sama berkaitan dengan konsep rasio keuangan sebagai indikator penilaian kinerja perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi kinerja perusahaan terutamanya pada sektor *consumer goods* agar dapat menentukan langkah pengambilan keputusan dengan meninjau kinerja perusahaan ditahun-tahun sebelumnya 2015-2024.

b. Diharapkan dapat membantu memberikan informasi data bagi calon investor dalam menganalisis pilihan investasi terbaik agar mendapatkan tingkat pengembalian yang sesuai.