

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis, dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang mempunyai jenis usaha yang sama khususnya pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga, maka perlu adanya langkah yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

Ukuran perusahaan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan khususnya dalam meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Dengan adanya pengukuran Ukuran dari perusahaan dapat menggambarkan total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan para investor untuk dalam keputusan menanamkan modalnya.

Menurut Hartono (2016:254) mengatakan bahwa, “Ukuran perusahaan menggambarkan mengenai kondisi besar kecilnya aktiva yang dimiliki suatu perusahaan yang dapat diukur dengan total aktiva perusahaan melalui perhitungan nilai logaritma total aktiva”. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, akan membuat harga saham suatu perusahaan meningkat sehingga nilai perusahaan pun turut meningkat.

Pada umumnya perusahaan dengan skala besar cenderung akan memberikan informasi yang lebih luas dari pada perusahaan kecil serta lebih banyak memiliki jumlah investor. Perusahaan besar memiliki sistem manajemen yang baik serta dapat mengendalikan perusahaan dengan teratur dan lebih banyak memiliki kerjasama yang lebih luas dalam aktivitas perusahaannya.

Hasil penelitian Edo Suryawan (2019), Umi Kulsum (2017), Putu Mikhy Novari dan Vivi Lestari (2016) dan I Gusti Bagus Angga Pratama dan Wiskuana (2016) mengatakan bahwa “ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Karena semakin besar ukuran perusahaannya, maka akan semakin mudah memasuki pasar dan memperoleh pinjaman dari para investor. Hal ini kan dianggap sebagai prospek yang baik bagi perusahaan tersebut sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya, karena perusahaan dengan skala yang besar dianggap telah berkembang dan memiliki kinerja yang baik”.

Namun penelitian tersebut memiliki perbedaan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Yuliane Tauke et al (2017). Hasil penelitian tersebut adalah ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Menurut Hanafi dan Halim (2016:81) mengatakan bahwa, “Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu”.

Rasio profitabilitas yang tinggi menggambarkan kemampuan yang baik perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Sawir (2015) menegaskan bahwa, “Margin Laba Bersih merupakan rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Tingkat laba yang diperoleh menunjukkan performa kinerja perusahaan”.

Penelitian yang dilakukan oleh Rotua Desisari Pardede et al (2019), dan Putri Rizki Andriani (2019) mengatakan bahwa margin laba bersih secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin meningkat margin laba bersih maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Sebaliknya jika margin laba bersih menurun maka nilai perusahaan akan semakin menurun. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dompok Pasaribu et al (2107). Dimana hasil penelitiannya mengatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan NPM secara parsial memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah *total asset turnover* (TATO). Menurut Hery (2017) mengatakan bahwa, “*total asset turnover* (TATO) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat keefektifan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan mengukur tingkat penjualan dengan total aset”.

Terdapat beberapa penelitian yang menggunakan TATO sebagai variabel yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Putri Utami dan Welas (2019) menunjukkan bahwa Perputaran total aktiva (TATO) tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini karena ketika perputaran total aktiva yang semakin tinggi akan menurunkan nilai perusahaan, hal tersebut akan membuat para investor menilai kondisi perusahaan buruk, dan akan berpengaruh terhadap harga saham dan membuat nilai perusahaan juga menurun.

Sedangkan penelitian tersebut memiliki perbedaan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Viona Pasando (2018) yang menggunakan *total assets turnover* sebagai salah satu faktor yang berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Hasil penelitian tersebut adalah *total assets turnover* berpengaruh tidak signifikan terhadap *price book value*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Prasentiono (2016) yang menegaskan bahwa total assets turnover berpengaruh tidak signifikan terhadap *price book value*.

Hal tersebut didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Kasmir (2015) yang menyebutkan bahwa, “Semakin besar rasio ini maka semakin baik perusahaan tersebut, hal ini menunjukkan semakin efisien penggunaan seluruh aktiva yang ada dalam menghasilkan penjualan”.

Setiap perusahaan dalam menjalankan bisnis tentunya memiliki tujuan, salah satunya yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini sangat penting bagi perusahaan karena dapat membantu perusahaan memberikan gambaran mengenai kondisi atau performa yang telah dicapai perusahaan. Hal ini dilakukan untuk menarik daya minat para investor untuk menanamkan modal yang dimilikinya.

Menurut Santoso (2016) menyebutkan, “Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang menggambarkan penilaian masyarakat terhadap kinerja keuangan”.

Sedangkan menurut Wahyudi dan Hartini (2006) menegaskan, “Nilai Perusahaan adalah harga pasar yang terbentuk pada saat terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual”. Harga pasar merupakan gambaran dari cerminan yang nyata dari nilai aset perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan tingkat kemakmuran dari para pemegang saham, serta menggambarkan kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan.

Tolak ukur yang digunakan dalam mengetahui nilai perusahaan adalah Price Book Value (PBV) yaitu membandingkan antara harga saham dengan nilai buku. Tingginya Price Book Value menunjukkan tingkat kemakmuran para pemegang sahamnya.

Sedangkan Menurut Sugiyono (2016:4) menegaskan, “Price to book value (PBV) rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku perusahaan yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal”.

Nilai buku merupakan analisis pembukuan yang dilakukan perusahaan terhadap nilai saham. Dengan adanya nilai buku memberikan informasi sebagai dasar dari pengambilan keputusan investasi. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi.

Berikut ini merupakan tabel perkembangan Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih, Perputaran Total Aktiva dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2013-2018 .

Tabel 1. 1

Ukuran Perusahaan (Size) ,Margin Laba Bersih (NPM) , Perputaran Total Aktiva(TATO) , Nilai Perusahaan (PBV) Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2013-2018

No	Nama Perusahaan	Tahun	SIZE	Ket	NPM	Ket	TATO	Ket	Tahun	PBV	Ket
			x		%		x			x	
1	PT. Aksha Wira International Tbk (ADES)	2013	12,99		11,07		1,1393		2014	2,74	
		2014	13,12	↑	5,37	↓	1,1506	↑	2015	1,82	↓
		2015	13,39	↑	4,9	↓	1,0252	↓	2016	1,53	↓
		2016	13,55	↑	6,3	↑	1,1566	↑	2017	1,23	↓
		2017	13,64	↑	4,69	↓	0,9693	↓	2018	1,13	↓
		2018	13,69	↑	6,6	↑	0,9126	↓	2019	0,84	↓
2	PT. Kino Indonesia Tbk (KINO)	2013	14,09		2,25		1,7112		2014	8,3	
		2014	14,43	↑	3,12	↑	1,7921	↑	2015	3,09	↑
		2015	14,98	↑	7,3	↑	1,1222	↓	2016	2,22	↓
		2016	15	↑	5,18	↓	1,0634	↓	2017	1,47	↓
		2017	14,99	↓	3,47	↓	0,9762	↓	2018	1,83	↑
		2018	15,09	↑	4,16	↑	1,0054	↑	2019	1,04	↓

No	Nama Perusahaan	Tahun	SIZE	Ket	NPM	Ket	TATO	Ket	Tahun	PBV	Ket
			x		%		x			x	
3	PT. Martina Berto Tbk (MBTO)	2013	13,32		2,52		1,0482		2014	0,47	
		2014	13,34	↑	0,63	↓	1,0776	↑	2015	0,34	
		2015	13,38	↑	-2,02	↓	1,0707	↓	2016	0,45	↓
		2016	13,47	↑	1,29	↑	0,9654	↓	2017	0,35	↓
		2017	13,56	↑	-3,38	↓	0,9371	↓	2018	0,45	↑
		2018	13,38	↓	-	↓	0,7754	↓	2019	0,31	↓
4	PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT)	2013	6,08		-1,87		0,8146	↑	2014	0,4	
		2014	13,12	↓	1,62	↓	0,8692	↓	2015	0,23	↑
		2015	13,11	↓	0,24	↓	0,8611	↓	2016	0,24	↓
		2016	13,08	↑	-1,61	↑	0,7129	↓	2017	0,24	↓
		2017	13,11	↑	-0,37	↓	0,693	↓	2018	0,21	↓
		2018	13,14		-0,75		0,5871		2019	0,14	
5	PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID)	2013	14,19		7,9		1,3833		2014	2,76	
		2014	14,43	↑	8,62	↑	1,0936	↑	2015	1,93	↑
		2015	14,55	↑	23,52	↑	1,1118	↓	2016	1,41	↓
		2016	14,59	↑	6,41	↓	1,1563	↓	2017	1,93	↑
		2017	14,67	↑	6,61	↑	1,1459	↓	2018	1,75	↓
		2018	14,71	↑	6,53	↓	1,0832	↓	2019	0,93	↓
6	PT. Unilever Indonesia Tbk (UNVR)	2013	16,35		23,3		0,0024 2		2014	53,6	
		2014	16,47	↑	17,17	↓	0,0024 1	↑	2015	58,5	↑
		2015	16,57	↑	16,04	↓	0,0023 2	↓	2016	62,93	↑
		2016	16,63	↑	15,95	↓	0,0024	↑	2017	82,44	↑
		2017	16,75	↑	17	↑	0,0022	↓	2018	45,71	↓
		2018	16,78	↑	21,8	↑	0,0021	↓	2019	52,36	↑

Sumber : data sekunder yang diolah

Keterangan:

	Gap Teori Ukuran Perusahaan (X1)
	Gap Teori Margin Laba Bersih (X2)
	Gap Teori Perputaran Total Aktiva (X3)
	Gap fenomena X1, X2, dan X3

Berdasarkan pemaparan data diatas, terjadi penurunan kinerja keuangan yang berlangsung pada tahun 2016-2019 yang menyebabkan prospek perusahaan menurun hal ini berdampak pada daya minat para investor untuk berinvestasi. Sehingga berdampak pada keputusan investor untuk menanamkan dananya.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tingkat ukuran perusahaan pada Perusahaan Kino Indonesia (KINO) mengalami penurunan. Sesuai dengan berita yang menyebutkan bahwa pada tahun 2017 penurunan tersebut disebabkan adanya penurunan total aset perusahaan. Dengan adanya jumlah aset yang turun membuat tingkat ukuran perusahaan menurun. Jumlah aset perusahaan menjadi tolak ukur dalam menentukan ukuran dalam suatu perusahaan (www.sahamonline.id).

Hal yang sama juga terjadi pada perusahaan Mustika Ratu yang mengalami penurunan total aset pada tahun 2016 akibat adanya penambahan beban penjualan, beban umum, dan beban keuangan. Dengan adanya pengeluaran biaya yang lebih banyak menyebabkan perusahaan mengeluarkan lebih banyak dana, hal ini akan membuat jumlah aset akan ikut menurun sehingga tingkat ukuran perusahaanpun turun (www.vibiznews.com).

Berdasarkan tabel diatas terdapat beberapa perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga mengalami penurunan tingkat margin laba bersih khususnya pada tahun 2016. Hal tersebut didukung dalam berita yang menyebutkan bahwa pada tahun 2016 emiten kosmetik tertekan oleh daya beli masyarakat, penjualan bersih terus menurun dan membuat kinerja perusahaan turun. Penurunan penjualan bersih membuat tingkat laba bersih ikut menurun dan menyebabkan tingkat margin laba bersih juga mengalami penurunan. Hal ini menjadi tantangan yang berat, dan menekankan pada emiten untuk lebih meningkatkan kualitas dan performanya. (Ipotnews.com)

Secara umum Perusahaan pada Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga mengalami penurunan performa khususnya pada tahun 2017, ditandai oleh beberapa perusahaan yang mengalami penurunan tingkat pendapatan hal ini disebabkan oleh lemahnya daya beli yang berimbas pada menurunnya penjualan produk sehingga dapat menyebabkan penurunan laba bagi perusahaan dan sangat berdampak pada jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dapat membuat harga saham menurun karena tidak diimbangi dengan kinerja yang baik. Sehingga mempengaruhi investor untuk berinvestasi. (Kontan.co.id)

Berdasarkan berita yang terjadi pada tahun 2018 , dengan banyaknya Perusahaan yang terdaftar di Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga menimbulkan hambatan dalam memperoleh pendapatan karena tingkat persaingan antar sesama perusahaan akan semakin ketat, banyak perusahaan akan berlomba-lomba dalam mempromosikan produk agar lebih diminati oleh banyak konsumen.

Banyak emiten kosmetik mengalami penurunan kinerja seperti penurunan penjualan dan laba bersih akibat semakin banyaknya jenis barang yang berada dipasaran membuat sebagian produk tidak semuanya habis terjual. Hal ini tentu akan menjadi tantangan yang cukup besar untuk tetap bertahan dalam dunia bisnis (Bisnis.com).

Berdasarkan tabel diatas terjadi fluktuasi tingkat *total assets turnover* (TATO). Hal tersebut akibat penurunan penjualan bersih misalnya pada tahun 2018 disebabkan adanya daya beli yang menurun dengan terjadinya masalah membuat jumlah penjualan anjlok (Kontan.co.id). Ditambah dengan adanya penurunan jumlah aset akibat meningkatnya jumlah beban yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, membuat aset perusahaan menjadi menurun. Turunnya penjualan bersih dan berkurangnya aset akan mempengaruhi tingkat *total assets turnover* (TATO).

Sedangkan pada tahun 2017 aset mengalami depresiasi akibat perusahaan mengalami kerugian sehingga terjadi penurunan kinerja keuangan. (cnbcindonesia.com). Namun pada 2016 penurunan aset disebabkan adanya perilaku konsumen yang lebih memilih produk impor ketimbang produk lokal membuat perusahaan mengalami penurunan penjualan sehingga jumlah uang diterima menjadi berkurang dan membuat total aset turun (kabarbisnis.com).

Berdasarkan adanya *gap theory* dan fenomena empiris yang telah dijelaskan pada latar belakang maka penulis membuat judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih, Perputaran Total Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan”** Studi Kasus pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga pada Tahun 2013-2018.

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Untuk memperoleh gambaran dari hasil penelitian ini maka penulis harus mengidentifikasi masalah. Berdasarkan latar berdasarkan fenomena atau permasalahan yang telah dipaparkan diketahui identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan pada Perusahaan Akhsa Wira International (ADES), Mandom Indonesia (TCID), dan Unilever Indonesia (UNVR) terus mengalami peningkatan dalam kurun waktu 6 tahun (2013-2018). Sedangkan Kino Indonesia (KINO) mengalami penurunan pada tahun 2017. Martino Berto mengalami penurunan pada tahun 2018, dan Mustika Ratu (MRAT) mengalami penurunan pada tahun 2015 dan 2016. penurunan ukuran perusahaan tersebut akibat adanya penurunan total aset yang dimiliki perusahaan.

2. Rata-rata Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga mengalami penurunan Margin laba bersih pada tahun 2013-2016. Fluktuasi penurunan tingkat margin laba bersih diakibatkan oleh penurunan penjualan bersih dan laba bersih.
3. Perputaran Total Aktiva (TATO) mengalami penurunan diakibatkan adanya penurunan penjualan dan penurunan jumlah aset perusahaan.
4. Adanya perbedaan teoritis antara hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu mengenai Ukuran Perusahaan, Rasio Margin Laba Bersih, dan Perputaran Total Aktiva terhadap Nilai Perusahaan.

1.2.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Perkembangan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.
2. Bagaimana Perkembangan Margin Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.
3. Bagaimana Perkembangan Perputaran Total Aktiva Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.
4. Bagaimana Perkembangan Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.

5. Seberapa besar pengaruh Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih dan Perputaran Total Aktiva terhadap Nilai Perusahaan secara parsial dan simultan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi serta mengetahui seberapa besar Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih dan Perputaran Total Aktiva terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Perkembangan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.

2. Mengetahui Perkembangan Margin Laba Bersih Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.
3. Mengetahui Perkembangan Perputaran Total Aktiva Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.
4. Mengetahui Perkembangan Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.
5. Mengetahui besarnya pengaruh Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih dan Perputaran Total Aktiva terhadap Nilai Perusahaan secara parsial dan simultan pada perusahaan subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2018.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Praktis

a) Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan melakukan pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam bidang keuangan guna memperbaiki kinerja perusahaan. Dengan memberikan gambaran perkembangan Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih, dan Perputaran Total Aktiva sebagai salah satu kinerja keuangan perusahaan dalam mengukur tingkat Nilai Perusahaan yang telah dimiliki oleh suatu perusahaan.

b) Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam memahami kondisi kinerja perusahaan yang telah dicapai guna menjadikan bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan investasi yang akan dilakukan.

1.4.2. Kegunaan Akademik

1. Menambah keilmuan baru terkait perkembangan Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih, Perputaran Total Aktiva terhadap Nilai Perusahaan yang terdapat pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga.
2. Sebagai referensi bagi penelitian dan peneliti selanjutnya.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di 6 perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indoensia.

Lokasi penelitiannya itu di beberapa perusahaan yang diteliti, diantaranya:

1. Akhasa Wira International Tbk, PT. (ADES) Alamat Perkantoran hijau Arkadia Tower C Lantai 15 Jalan Letjen. TB. simatupang Kav. 88, Jakarta 12520.

2. Kino Indonesia Tbk. (KINO) Alamat Kino Tower Lt. 17 Jl. Jalur Sutera Boulevard No.1 Alam Sutera, Kota Tangerang 15143.
3. Martina Berto Tbk. (MBTO) Alamat Jln. Pulokaming II no.1, Kawasan Industri Pulogadung, Jakarta 13930 – Indonesia.
4. Mustika Ratu Tbk. (MRAT) Graha Mustika Ratu Lt PH Jl Gatot Subroto Kav 74-75 Jakarta.
5. Mandom Indonesia Tbk (TCID) Alamat Kawasan Industri MM2100 Jl. Jawa Blok J-9 Cibitung – Bekasi 17520.
6. Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) Grha Unilever - Jl. BSD Boulevard Barat Green Office Park Kavling 3, BSD City, Tangerang – 15345.

1.5.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Margin Laba Bersih dan Perputaran Total Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2018 berlangsung selama 6 bulan. Terhitung bulan Februari 2020 sampai Juli 2020. Adapun Jadwal penelitian penulis sebagai berikut:

