

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan pada dasarnya adalah suatu unit kegiatan produksi yang menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Perusahaan akan selalu memperbaiki keadaan keuangannya dengan memaksimalkan keuntungan sehingga dapat terus bertahan dan berdaya saing tinggi. Dengan memaksimalkan keuntungan perusahaan, suatu perusahaan dapat mempertahankan pertumbuhannya, sehingga memungkinkan perusahaan tersebut bersaing dengan perusahaan lain. Untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, perusahaan dapat melakukan beberapa pendekatan. Anda bisa memulainya dengan meningkatkan penjualan, mengurangi biaya produksi, atau memanfaatkan aset perusahaan untuk menghindari pemborosan. Pemanfaatan aset perusahaan lebih efektif dan efisien (Haryanti, 2017).

Menurut (Sujarweni, 2017), Pelaporan keuangan itu sendiri merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan, Secara umum pelaporan keuangan adalah pencatatan informasi keuangan suatu perusahaan selama periode berjalan. periode akuntansi dan dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Selain pelaporan keuangan, suatu perusahaan mempunyai ciri-ciri tertentu yang menarik tersendiri. Salah satu ciri perusahaan adalah Pendukung penelitian ini adalah dirilisnya laporan tahunan perusahaan secara berturut-turut

Keuangan memberikan pengguna gambaran eksternal yang lebih mendetail tentang kondisi keuangan perusahaan. Manfaat laporan tahunan sendiri tentunya untuk memberikan informasi mengenai laporan keuangan perusahaan pada tahun tersebut, menampilkan pencapaian-pencapaian perusahaan dan memuat informasi-informasi penting terkait dengan urusan internal perusahaan. Manfaat pelaporan keuangan bagi pihak internal antara lain memberikan informasi untuk pengambilan keputusan, evaluasi operasi yang sedang berjalan dan pengendalian internal. Jika informasi keuangan yang diberikan akurat, maka manajer dapat mengambil keputusan dengan jelas berdasarkan data yang dimilikinya. Meskipun laporan tahunan ditujukan untuk pengguna eksternal, namun juga sering digunakan sebagai alat pemasaran untuk menampilkan citra baik perusahaan kepada masyarakat. Laporan keuangan suatu perusahaan sendiri merupakan penilaian terhadap kondisi keuangan perusahaan. Dari laporan keuangan perusahaan kita bisa melihat aset mana yang bernilai, produk mana yang penjualannya paling tinggi, dan produk mana yang tidak populer di pasar.

Perlu adanya perhatian khusus pada kinerja laporan keuangan, terutama terkait kemampuan perusahaan menyelesaikan kewajiban jangka pendek dan jangka panjangnya. Terdapat beberapa teknik dalam menganalisis kinerja laporan keuangan salah satunya menggunakan rasio keuangan. Menurut Hery (2016:18) Rasio Keuangan merupakan suatu perhitungan rasio dengan menggunakan laporan keuangan yang berfungsi sebagai alat ukur dalam menilai kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan antara satu pos laporan keuangan

dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan. Laporan tahunan juga memuat informasi mengenai rasio keuangan perusahaan berdasarkan kegiatan operasi 1 tahun. Analisis Rasio dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan menggunakan rasio Likuiditas dan Solvabilitas. Rasio Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar utang jangka pendeknya. Rasio-rasio ini dapat dihitung berdasarkan sumber modal kerja yaitu aktiva lancar dan kewajiban lancar. Menurut (Harahap S.S., 2010) Rasio lancar merupakan ukuran tingkat likuiditas suatu perusahaan, yaitu seberapa besar aset lancar yang dimiliki perusahaan untuk menutupi seluruh kewajiban yang akan jatuh dalam satu tahun. Semakin besar rasio aktiva lancar terhadap kewajiban lancar, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajibannya. Rasio ini digunakan untuk mengukur likuiditas suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan mampu memenuhi kewajibannya berarti perusahaan tersebut likuid. Indikator yang digunakan untuk mengukur Likuiditas adalah *Current Ratio* dan *Cash Ratio*.

Menurut (Kasmir, 2015) Rasio Solvabilitas (*Leverage*) merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aktiva perusahaan di biayai dengan utang. Artinya seberapa besar beban utangnya ditanggung perusahaan dibandingkan dengan asetnya. Dalam arti luas, dapat dikatakan bahwa rasio solvabilitas merupakan ukuran kemampuan perusahaan membayar seluruh utang jangka pendeknya jangka panjang jika perusahaan dibubarkan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur solvabilitas adalah *Debt to Assets Ratio* untuk membantu dalam mengevaluasi kesehatan keuangan perusahaan dengan cara menilai

seberapa besar kewajiban yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total asetnya. Rasio yang rendah bisa menandakan bahwa perusahaan memiliki lebih banyak aset yang didanai oleh ekuitas dan tidak terlalu bergantung pada utang. *Debt to Equity Ratio* untuk memberikan gambaran tentang kesehatan keuangan perusahaan dengan membandingkan kewajiban utangnya dengan ekuitasnya. Rasio yang rendah dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki struktur modal yang sehat, di mana sebagian besar modalnya didanai oleh ekuitas dan bukan oleh utang. Maka perusahaan tersebut tetap dapat melunasi seluruh utang atau kewajibannya.

Terdapat 4 Perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini antara lain: PT. Akasha Wira Internasional Tbk, PT. Kino Indonesia Tbk, PT. Mandom Indonesia Tbk, dan PT. Unilever Indonesia Tbk. namun 3 yang tidak memenuhi kriteria penelitian karena peneliti tidak dapat mengakses laporan perusahaan pada tahun tertentu dan mengalami kerugian setiap tahunnya. Setiap produk yang dihasilkan oleh perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah dikenal bahkan rutin digunakan oleh banyak orang, namun hanya sedikit orang yang merasa asing. Saat ini penggunaan kosmetik oleh wanita merupakan suatu tuntutan yang tidak bisa dihindari. Selain itu, kualitas produk antar perusahaan juga mempengaruhi pembelian kosmetik oleh masyarakat. Jika melihat hal ini, tidak heran jika banyak persaingan antar perusahaan sejenis untuk menghasilkan keuntungan setinggi-tingginya.

Coronavirus Disease 2019 atau biasa disebut COVID-19 merupakan wabah virus dengan tingkat penularan dan penyebaran yang sangat cepat

bahkan hingga menyebabkan angka kematian juga melesat tinggi. Besarnya kasus yang terkonfirmasi di Indonesia per Maret 2022 adalah sebesar lebih dari 6 juta dan total kematian sebanyak lebih dari 150 ribu (covid19.go.id). Penyebaran COVID-19 begitu pesat, dikarenakan manusia yang selalu hidup berdampingan dan berinteraksi secara langsung. Maka dari itu, guna mencegah dan memutus mata rantai penyebaran COVID-19 pemerintah menetapkan berbagai kebijakan, di antaranya :

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), penutupan sekolah, tempat kerja serta tempat-tempat ibadah, *social* dan *physical distancing*, hingga penggunaan masker (Siahaan. M,2020). Dengan adanya pembatasan aktivitas, pandemi ini memberikan dampak yang sangat besar bagi berbagai aspek kehidupan manusia. Adanya pandemi membuat penurunan terhadap Profitabilitas, yang mana berdampak buruk pada pendapatan perusahaan. Dilihat dari pengukuran kinerja, perusahaan dapat dinyatakan baik manakala perusahaan tersebut berhasil memenuhi suatu kinerja yang telah ditentukan (Hery, 2016:26). Penilaian terhadap Profitabilitas dapat dilakukan dengan berbagai macam analisis, salah satunya dengan analisis rasio keuangan. Salah satu sektor yang mengalami perubahan yang signifikan adalah sektor manufaktur. Sektor ini memberikan peningkatan yang tinggi bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, yang mana mencapai 7,07% pada triwulan II tahun 2021 dan mengalami pertumbuhan sebesar 6,91% meskipun tengah tertekan karena adanya pandemi (kemenperin.go.id). Berdasarkan survei dari *Mckinsey and Company* yang berjudul *Indonesian Consumer Sentiment During the Coronavirus Crisis*, pada Juli 2020, konsumsi masyarakat terhadap keperluan

rumah tangga dan Kosmetik sama-sama meningkat. Keperluan rumah tangga meningkat sebesar 26% dan Kosmetik sebesar 17%. Peningkatan penggunaan produk-produk keperluan rumah tangga dan Kosmetik tentunya mempengaruhi penjualan pada sub sektor yang bersangkutan, yaitu sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga. Laba/kerugian perusahaan terkait sebelum, saat pandemi dan sesudah pandemi dapat di lihat pada tabel 1.1 berikut :

Tabel 1. 1

Laporan Laba/Kerugian Bersih Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2018-2023 (Dalam ribuan rupiah 000)

No.	Nama Perusahaan	Tahun	Laba/Kerugian Bersih
1.	PT. Akasha Wira Internasional Tbk	2018	Rp.52.958.000
		2019	Rp. 83.885.000
		2020	Rp.135.765.000
		2021	Rp.265.758.000
		2022	Rp.364.972.000
		2023	Rp.394.972.000
2.	PT. Kino Indonesia Tbk	2018	Rp.150.116.000
		2019	Rp.515.603.000
		2020	Rp.113.665.000
		2021	Rp.100.649.000
		2022	Rp.957.289.000
		2023	Rp.70.460.000
3.	PT. Mandom Indonesia Tbk	2018	Rp.173.049.000
		2019	Rp.190.794.000
		2020	Rp.100.466.000
		2021	Rp.76.508.000
		2022	Rp.18.109.000
		2023	Rp.38.116.000
4.	PT. Unilever Indonesia Tbk	2018	Rp.9.081.000
		2019	Rp.7.393.000
		2020	Rp.7.164.000
		2021	Rp.5.758.000
		2022	Rp.5.365.000
		2023	Rp.4.801.000

Sumber : Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa terdapat beberapa Fenomena Profitabilitas pada perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pertama pada PT.

Akasha Wira Internasional Tbk dapat dilihat dari laporan laba/kerugian bersih mengalami Peningkatan selama enam tahun. Kedua PT. Kino Indonesia Tbk dapat dilihat dari laporan laba/kerugian bersih mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Ketiga PT. Mandom Indonesia Tbk dapat dilihat dari laporan laba/kerugian bersih mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Keempat PT. Unilever Indonesia Tbk dapat dilihat dari laporan laba/kerugian bersih mengalami fluktuasi setiap tahunnya.

Seiring meningkatnya populasi penduduk Indonesia berusia muda dan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga penampilan dan kesehatan kulit, industri kecantikan nasional semakin berkembang dengan melahirkan banyak *brand* kosmetik lokal. Tren penggunaan produk lokal juga menjadi indikasi meningkatnya kualitas produk yang mampu bersaing dengan berbagai *brand* dari luar negeri. Pertumbuhan fenomenal industri kosmetik di Indonesia ditandai dengan pertumbuhan jumlah industri kosmetik di Indonesia yang mencapai 21,9 persen, yakni dari 913 perusahaan pada 2022 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan 2023. Industri kosmetik nasional juga mampu menembus pasar ekspor. Pada periode Januari-November 2023, nilai ekspor secara kumulatif untuk produk kosmetik, wewangian, dan *essential oils* tercatat mencapai 770,8 juta dollar Amerika Serikat (AS). “Dengan komposisi 95 persen industri kosmetik lokal merupakan industri kecil dan menengah (IKM), industri ini tercatat mampu menyerap tenaga kerja sekitar 59.886 orang pada 2022,” kata Menteri Koordinator (Menko) Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto. Dari berbagai produk yang dihasilkan perusahaan kosmetik di Indonesia, segmen pasar terbesar didominasi segmen perawatan diri dengan

volume pasar sebesar 3,18 miliar dollar AS pada 2022, disusul *skincare* sebesar 2,05 miliar dollar AS, kosmetik 1,61 miliar dollar AS, dan wewangian 39 juta dollar AS. Penjualan produk kosmetik mengalami peningkatan pesat dalam beberapa tahun terakhir ini di tengah masifnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Sejak 2018 hingga 2022, kosmetik merupakan tiga teratas penjualan di *marketplace*, dengan nilai transaksi mencapai Rp 13.287,4 triliun dan volume transaksi 145,44 juta.

Pasar kosmetik juga digerakkan tren dan kesadaran penggunaan kosmetik berlabel halal. Hal tersebut mendorong munculnya produk dan merek baru yang memadukan bahan-bahan alami sebagai inovasi produk kecantikan. Potensi industri kecantikan nasional mempunyai potensi yang sangat luas untuk dikembangkan, mengingat melimpahnya sumber daya alam sebagai bahan baku kosmetik. Selain itu, Indonesia memiliki warisan budaya leluhur tentang tanaman berkhasiat sebagai obat dan perawatan tubuh. Potensi pasar dalam negeri juga cukup besar yang ditandai dengan meningkatnya jumlah populasi usia produktif sebagai pengguna produk kecantikan. Tumbuh suburnya produk kosmetik lokal bersertifikasi halal pun dapat didorong ke negara yang potensial dengan produk kosmetik halal, seperti berbagai negara di Timur Tengah dan Afrika.

Berdasarkan uraian di atas, kenapa Peneliti tertarik karena peningkatan tantangan finansial yang di hadapi oleh perusahaan dalam konteks globalisasi, perubahan kebijakan ekonomi, dan *fluktasi* pasar, perusahaan di sektor tersebut dapat mengalami tekanan untuk memastikan likuiditas dan solvabilitas mereka dalam menghadapi risiko finansial yang beragam. Oleh karena itu, Peneliti

terdorong untuk melakukan penelitian ini karena bertujuan untuk memahami bagaimana Likuiditas dan Solvabilitas memengaruhi Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di tengah dinamika industri yang terus berubah. Sehingga membuat Peneliti tertarik untuk memilih judul **“Pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
2. Apakah Solvabilitas berpengaruh terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?
3. Apakah Likuiditas dan Solvabilitas berpengaruh secara simultan terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2023
2. Untuk mengetahui pengaruh Solvabilitas terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023
3. Untuk mengetahui pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas secara simultan terhadap Profitabilitas pada perusahaan sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2023

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan 2 manfaat yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah wawasan dan dapat menjadi sumber bacaan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris bagi para pembacanya khususnya mengenai pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Profitabilitas.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk menambah pengetahuan, khususnya pengetahuan yang sifatnya empiris mengenai faktor-faktor penentu seperti Profitabilitas perusahaan.

2) Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai cara menganalisis kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjang.

3) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai Profitabilitas.

4) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya mengenai pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas terhadap Profitabilitas.