

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam dunia usaha saat ini bukan merupakan suatu hal yang tidak asing bagi para pelaku usaha, hal ini lumrah terjadi karena munculnya perusahaan-perusahaan baru yang memiliki nilai eksistensi yang cukup tinggi, selain itu, perkembangan zaman juga menuntut perusahaan-perusahaan besar di Indonesia untuk dapat menjaga eksistensi perusahaannya agar dapat bersaing dengan perusahaan besar lain, karena persaingan antar perusahaan pada saat ini menjadi semakin ketat, maka suatu perusahaan pun harus meningkatkan eksistensinya, jika perusahaan tidak meningkatkan kinerja apapun maka perusahaan tersebut akan mengalami ketertinggalan dalam berbagai macam aspek seperti aspek teknologi, aspek sumber daya manusia, dan lain-lain, oleh sebab itu, para pelaku usaha mau tidak mau harus bisa beradaptasi dan menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan apa yang terjadi saat ini supaya perusahaannya mampu bersaing di era persaingan yang ketat seperti sekarang ini (Rizal & Susilawati, 2018).

Berbagai macam cara akan dilakukan perusahaan agar perusahaannya tidak mengalami penurunan kinerja. tidak menutup kemungkinan jika suatu perusahaan mengalami penurunan kinerja, perusahaan tersebut bisa saja mengalami risiko yang semakin fatal yaitu gulung tikar, maka dari itu perusahaan harus memperhatikan aspek-aspek penting yang bisa membuat kinerja perusahaan semakin meningkat dan tidak mengalami risiko yang cukup fatal, hal sederhana yang bisa dilakukan yaitu mengurangi pengeluaran atau biaya operasi dan memaksimalkan penjualan,

namun biasanya hal sederhana justru tidak mudah dilakukan, diperlukan strategi untuk bisa mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut, maka dari itu, aktivitas atau kinerja perusahaan juga perlu ditingkatkan supaya berjalan dengan lancar sebagaimana mestinya, diperlukan juga sumber daya yang kompeten untuk mencapai strategi yang kuat (Dewi M. , 2019).

Penelitian ini menggunakan sampel dari perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018 – 2022, perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga adalah salah satu bagian dari industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bergerak pada produksi makanan dan minuman, produk perawatan untuk tubuh, produk kosmetik, produk obat tradisional (jamu), produk wangi-wangian, produk perawatan rambut, dan produk perawatan rumah, kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki peran yang sangat penting untuk menunjang aktivitas sehari-hari. Kosmetik merupakan keperluan utama bagi masyarakat untuk mendukung penampilan, sama halnya dengan barang keperluan rumah tangga yang juga menjadi keperluan utama yang mampu meringankan aktivitas masyarakat (Achmad et al, 2022).

Diperlukan laporan keuangan sebagai informasi untuk dapat melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, laporan keuangan tersebut memperlihatkan apakah perusahaan tersebut mengalami peningkatan terus menerus dari periode ke periode atau justru mengalami penurunan, diperlukan juga alat ukur untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan, alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, untuk meningkatkan laba perusahaan diperlukan usaha yang efektif

dan efisien untuk mencapai target perusahaan yang sudah ada sebelumnya, perusahaan juga perlu mengurangi risiko yang bisa terjadi pada operasional perusahaan, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya disebut dengan profitabilitas (Firmansyah & Riduwan, 2021).

Profitabilitas memiliki peran penting bagi pemimpin perusahaan dan juga investor atau penanam modal, karena profitabilitas bisa digunakan sebagai tolak ukur untuk meningkatkan daya saing dengan perusahaan sejenis juga dapat dijadikan sebagai prospek modal yang ditanamkan dalam perusahaan tersebut, profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menggunakan semua asetnya dengan memberikan keuntungan dari penjualan perusahaan, keuntungan meningkat profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE), alasan penggunaan *Return on Equity* (ROE) yaitu dapat menampilkan seberapa efisiensi laba bersih suatu perusahaan tentang ekuitasnya, untuk investor atau pelaku usaha hal ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menggunakan sumber daya yang mereka miliki memberikan keuntungan atau ekuitas (Kusjono & Rohman, 2020).

Profitabilitas dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adalah modal kerja, pertumbuhan penjualan dan likuiditas, faktor pertama yang mempengaruhi profitabilitas adalah modal kerja, modal merupakan dana yang diinvestasikan oleh pemilik untuk mendirikan suatu badan usaha untuk memenuhi kegiatan usaha itu sendiri, modal kerja sangat diperlukan perusahaan karena untuk meningkatkan penjualan dan mengurangi risiko kerugian (Lestari, 2017). Menurut Tnius (2018)

semakin besar jumlah modal kerja yang dikeluarkan oleh perusahaan maka akan meningkat pula profitabilitas yang diterima.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sastra (2019) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan positif antara modal kerja terhadap profitabilitas. Hasil penelitian Tnius (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada modal kerja terhadap profitabilitas. Hasil yang sama juga dikemukakan oleh Yani & Martha (2018) yang menunjukkan bahwa modal kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Selain itu, penelitian Kusumawati et al., (2022) juga mengindikasikan adanya pengaruh signifikan antara modal kerja terhadap profitabilitas.

Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Pratama et al., (2021) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu modal kerja berpengaruh secara tidak signifikan terhadap profitabilitas. Hasil yang sama juga dikemukakan oleh Kostini et al., (2018) bahwa modal kerja berpengaruh secara negatif terhadap profitabilitas. Sama halnya dengan hasil dari penelitian dari Septhasari & Surjadi (2021) bahwa modal kerja tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi profitabilitas adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan penjualan adalah perbandingan nilai penjualan antara tahun sebelumnya dengan tahun berjalan, peningkatan penjualan adalah tanda keberhasilan investasi perusahaan pada periode sebelumnya dan bisa dijadikan untuk prakiraan pertumbuhan masa depan, aktivitas penjualan yang baik dapat dilihat dari nilai penjualan tahun berjalan yang meningkat dari tahun sebelumnya (Anggarsari & Aji, 2018). Perusahaan yang nilai penjualannya terlihat meningkat

bisa dipastikan memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki nilai penjualan menurun (Utama & Nugroho, 2021). Menurut Hasanah & Setyawan (2020) semakin besar nilai penjualan maka semakin besar profitabilitas perusahaan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Tarmizi & Kurniawati (2017) menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah & Setyawan (2020) bahwa terdapat pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Juga sejalan dengan penelitian oleh Oktaviana & Widyaningsih (2022) bahwa hasil pengujian menunjukkan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas suatu perusahaan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hutomo et al., (2019) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Hasil yang sama juga dilakukan oleh Wulandari (2021) bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Juga sama dengan hasil dari penelitian oleh Narko (2021) bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap *return on equity*.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi profitabilitas yaitu likuiditas. Likuiditas merupakan alat yang cukup banyak digunakan perusahaan untuk menganalisis suatu kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya secara tepat waktu. Likuiditas memberikan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang wajib yang harus dilunasi pada

jatuh tempo. Perusahaan yang mampu membayar hutangnya pada saat jatuh tempo bisa dikatakan bahwa perusahaan tersebut berada dalam keadaan likuid. (Anggarsari & Aji, 2018). Rasio likuiditas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *Quick Ratio* (QR). Menurut teori yang dikemukakan oleh Maria et. al (2019) semakin tinggi *Quick Ratio* maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya. Hal ini akan berdampak pada perusahaan karena akan semakin banyak investor yang tertarik untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2018) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hasil yang sama juga dikemukakan oleh Ferica et al., (2020) bahwa Likuiditas (QR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. Hal ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2021) yang menunjukkan hasil yang sama yaitu likuiditas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Sedangkan, hasil penelitian oleh Maria et al., (2019) menunjukkan bahwa likuiditas pada perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian oleh Julietha & Natsir (2021) menunjukan hasil likuiditas berpengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap profitabilitas.

Berikut ini tabel yang menunjukkan data rata rata Modal Kerja, Pertumbuhan penjualan dan Rasio Likuiditas (QR), terhadap Profitabilitas (ROE) pada Perusahaan Subsektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia:

Tabel 1. 1 Data Perhitungan Rasio

No	Perusahaan	Periode	Modal Kerja (Dalam Jutaan)	Pertumbuhan Penjualan (%)	Likuiditas (QR) (%)	Profitabilitas (ROE) (%)				
1	PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk (ADES)	2018	101.741		-1.25	97.18	10.99			
		2019	175.929	↑	3.73	↑	155.47	↑	14.77	↑
		2020	361.680	↑	-11.94	↓	253.4	↑	19.38	↑
		2021	405.027	↑	38.87	↑	214.29	↓	27.4	↑
		2022	560.600	↑	0.38	↓	261.92	↑	27.34	↓
2	PT KINO INDONESIA (KINO)	2018	659.655		14.28	110.67	6.86			
		2019	601.903	↑	29.27	↑	102.59	↓	19.08	↑
		2020	415.846	↓	-16.24	↓	87.21	↓	4.41	↓
		2021	806.625	↑	-1.2	↑	112.63	↑	3.77	↓
		2022	-247.164	↓	-8.68	↓	63.98	↓	61.96	↑
3	PT MANDOM INDONESIA Tbk (TCID)	2018	1.101.894		-2.13	341.62	8.78			
		2019	1.172.338	↑	5.87	↑	293.58	↓	7.19	↓
		2020	1.212.874	↑	-29.07	↓	622.81	↑	2.94	↓
		2021	1.260.519	↑	-6.97	↑	531.28	↓	4.2	↑
		2022	1.373.554	↑	10.51	↑	430.9	↓	0.97	↓
4	PT MARTINA BERTO Tbk (MBTO)	2018	152.154		-31.31	119.1	37.98			
		2019	63.018	↓	6.98	↑	83.6	↓	28.45	↓
		2020	-113.316	↓	-44.71	↓	29	↓	34.45	↑
		2021	-55.586	↑	-29.17	↑	28.89	↓	33.78	↓
		2022	-88.823	↓	71.08	↑	33.12	↑	10.48	↓
5	PT MUSTIKA RATU Tbk (MRAT)	2018	259.401		-12.8	208.22	1.57			
		2019	269.776	↑	1.54	↑	209.44	↑	0.62	↓
		2020	236.775	↓	4.32	↑	83.5	↓	1.97	↑
		2021	243.715	↑	2.63	↓	124.5	↑	0.1	↓
		2022	350.576	↑	-12.73	↓	160.91	↑	0.01	↑
6	PT UNILEVER INDONESIA Tbk (UNVR)	2018	-2.809.757		1.45	50.9	120.2			
		2019	-4.534.974	↓	2.68	↑	46.7	↓	139.97	↑
		2020	-4.529.176	↑	0.11	↓	47.65	↑	145.09	↑
		2021	-4.802.944	↓	-7.98	↓	41.69	↓	133.25	↓
		2022	-4.874.455	↓	4.23	↑	39.72	↓	133.97	↑

Keterangan:

- ↑ = Mengalami kenaikan
- ↓ = Mengalami Penurunan
- = Fenomena dan GAP Teori Modal Kerja Terhadap Profitabilitas
- = Fenomena dan GAP Teori Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas
- = Fenomena dan GAP Teori Likuiditas Terhadap Profitabilitas
- = Fenomena pada Profitabilitas

Pada tahun 2020 dan 2022 PT Kino Indonesia Tbk mengalami penurunan pertumbuhan penjualan yang berada di angka -16.24% dan -8.68%. menurut Budi Muljono selaku Direktur Kino Indonesia, penurunan tersebut disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku. Di sisi lain, KINO tidak bisa meneruskan seluruh kenaikan biaya produksi ke harga jual produk di level konsumen. “Kami sudah melakukan evaluasi harga, efisiensi dari sisi manufacturing, tetapi ada batas persentase kenaikan biaya produksi yang bisa bisa di-pass on ke konsumen. Tidak mungkin kami naikkan harga jual 34 persen,” ujarnya. (Dianka, 2022)

Dilansir dari (neraca.co.id) melorotnya penjualan akibat dampak pandemi Covid-19 memberikan tekanan terhadap pencapaian kinerja keuangan PT Mandom Indonesia Tbk (TCID). Bukannya untung, perusahaan malah mencatatkan rugi bersih sebesar Rp54,776 miliar pada akhir tahun 2020 atau memburuk dibanding akhir tahun 2019 yang mencatatkan laba bersih sebesar Rp145,14 miliar.

Hal ini juga dirasakan oleh PT Martina Berto. Dilansir dari (beritasatu.com) pendapatan Grup Martha Tilaar tersebut tercatat mengalami koreksi 38,2 persen menjadi Rp 87,06 miliar sepanjang tiga bulan pertama tahun ini. Hal ini pun

membuat perseroan harus menanggung rugi bersih Rp 24,24 miliar, berbanding dari posisi untung pada periode yang sama tahun sebelumnya sebesar Rp 854,9 juta.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan salah satu poin penting dalam sebuah penelitian. Adapun permasalahan yang teridentifikasi dari penelitian ini yaitu:

1. Terdapat nilai yang tidak stabil pada profitabilitas disebabkan karena seiring berkurangnya kegiatan merias wajah akibat terbatasnya aktivitas pada saat pandemi covid-19 pada tahun 2019 – 2021 membuat perusahaan kosmetik mengalami penurunan dalam penjualannya.
2. Terjadi fenomena turun atau melemahnya profitabilitas yang mana modal kerja, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas terjadi sebaliknya yaitu meningkat.
3. Pada tahun 2019 – 2022 terdapat beberapa fenomena yang mana terjadi penurunan penjualan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.
4. Baik itu modal kerja, pertumbuhan penjualan, likuiditas dan juga profitabilitas mengalami fenomena gap teori yang menyatakan perbedaan hasil penelitian antara satu peneliti dengan peneliti lainnya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perkembangan modal kerja pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.

2. Bagaimana perkembangan pertumbuhan penjualan pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
3. Bagaimana perkembangan likuiditas (QR) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
4. Bagaimana perkembangan profitabilitas (ROE) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
5. Seberapa besar pengaruh modal kerja terhadap likuiditas (QR) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
6. Seberapa besar pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap likuiditas (QR) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
7. Seberapa besar pengaruh modal kerja, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas (QR) terhadap profitabilitas (ROE) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui perkembangan modal kerja pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
2. Mengetahui perkembangan pertumbuhan penjualan pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
3. Mengetahui perkembangan likuiditas (QR) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
4. Mengetahui perkembangan profitabilitas (ROE) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.

5. Mengetahui besarnya pengaruh modal kerja terhadap likuiditas (QR) terhadap profitabilitas (ROE) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
6. Mengetahui besarnya pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap likuiditas (QR) terhadap profitabilitas (ROE) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.
7. Mengetahui besarnya pengaruh modal kerja, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas (QR) terhadap profitabilitas (ROE) pada sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga pada tahun 2018 – 2022.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam mengeluarkan kebijakan keuangan sehingga untuk perkembangan selanjutnya menjadi semakin baik.

2. Bagi Investor

Diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penembalian keputusan untuk berinvestasi.

1.5.2 Kegunaan Akademis

Adapun kegunaan penelitian ini adalah dapat bermanfaat secara akademis sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman secara teoritis lebih mendalam mengenai pengaruh modal kerja, pertumbuhan penjualan dan likuiditas terhadap profitabilitas serta mengetahui aplikasinya di kehidupan nyata sehingga dapat menjadi tambahan pengetahuan yang bermanfaat.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai kajian yang sama, yaitu pengaruh modal kerja, pertumbuhan penjualan, dan likuiditas terhadap profitabilitas.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini memperoleh data dan informasi melalui website Bursa Efek Indonesia. Berikut lokasi perusahaan yang terkait:

Tabel 1. 2 Lokasi Penelitian

Nama Perusahaan	Lokasi Perusahaan
PT AKASHA WIRA INTERNATIONAL Tbk	Perkantoran Hijau Arkadia Tower C, Lantai 15, Jl Letjend. T. B. Simatupang Kav. 88, Jakarta 12520
PT KINO INDONESIA	Kino Tower Lt. 12. Jl. Jalur Sutera Boulevard No. 1. Alam Sutera Tangerang, 15143
PT MANDOM INDONESIA Tbk	Wisma 46 Kota BNI, Suite 7. 01, 7 th Floor, Jl. Jenderal Sudirman No. Kav. 1, Rt.10/Rw.11, Karet Tengsin, jakarta, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10220
PT MARTINA BERTO Tbk	Jl. Pulo Kambing II No. 1, RW.11, Jatinegara, Kec. Cakung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13930
PT MUSTIKA RATU Tbk	Jl. Mustika Ratu no. 2 Rt.7/Rw.8, Ciracas, Kec. Ciracas, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13740
PT UNILEVER INDONESIA Tbk	Barat BSD City, Green Office Park, Jl. BSD Grand Boulevard, Sempora, Kec. Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15345

1.6.2 Waktu Penelitian

Berikut merupakan rincian jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. 3 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan																			
		April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Melakukan Survei Awal Penelitian	■	■																		
2	Pengajuan Judul			■																	
3	Pendaftaran Bimbingan			■	■																
4	Proses Bimbingan			■	■	■	■	■	■	■											
5	Mencari Data			■	■	■	■	■	■	■											
6	Membuat Proposal			■	■	■	■	■	■	■											
7	Seminar Proposal										■										
8	Revisi											■									
9	Penelitian Lapangan											■	■	■							
10	Proses Bimbingan BAB IV & BAB V															■	■	■	■	■	■
11	Sidang																				■