

BAB I

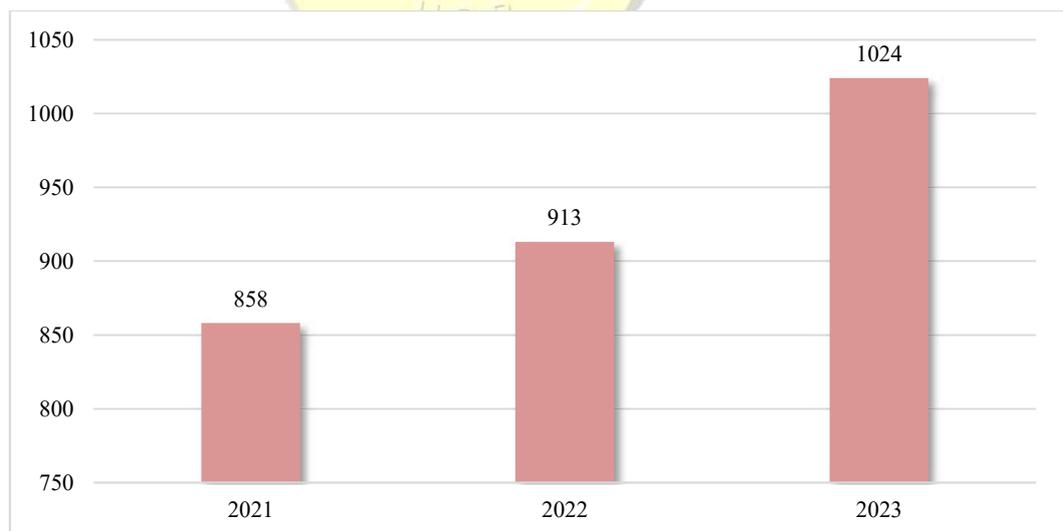
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Salah satu sektor penting dalam pembangunan infrastruktur suatu negara adalah sektor industri. Hal ini dikarenakan industri dapat memastikan kelangsungan proses pembangunan ekonomi jangka panjang dengan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan sehingga menghasilkan sebuah dampak berupa meningkatnya pendapatan tahunan per kapita negara. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di era globalisasi yang cukup pesat, menimbulkan terjadinya persaingan industri. Karena kondisi tersebut setiap perusahaan dituntut untuk melakukan pengelolaan usahanya dengan baik dan mampu meningkatkan kinerjanya secara efektif serta efisien agar dapat terus berkembang menjadi perusahaan yang unggul disektornya. Salah satu strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan industri yaitu dengan memiliki kinerja yang baik, mempunyai daya saing, menghasilkan keuntungan maksimal dan mampu menarik investor untuk melakukan investasi pada perusahaan.

Di Indonesia, industri yang memiliki banyak peminat ialah industri barang konsumtif, salah satunya kosmetik (Abdullah, 2023). Industri kosmetik merupakan industri yang bergerak dalam produksi kosmetik, perawatan rambut, wangi-wangian, serta produk perawatan tubuh. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kosmetik adalah obat atau bahan yang digunakan untuk mempercantik kulit, wajah, rambut, dan sebagainya.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 Indonesia memiliki jumlah penduduk yang berusia 15 sampai 39 tahun sebanyak 110.432,4 ribu jiwa, dimana penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 54.001,9 ribu jiwa dan laki-laki sebanyak 56.430,5 ribu jiwa. Pada usia sekitar 15 sampai 19 tahun merupakan usia yang aktif dalam menggunakan kosmetik, hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai pasar yang menggiurkan untuk produk kosmetik. Didukung dengan segmen pria yang tak kalah mementingkan penampilan telah melebarkan pasar produk kosmetik. Terlihat pada Gambar I.1 di bawah pada tahun 2021 jumlah industri kosmetik di Indonesia sebanyak 858 industri, dan meningkat 6,4% menjadi 913 industri pada tahun 2022. Bahkan pada tahun 2023 jumlah industri kosmetik terus meningkat sebesar 12,16% dari tahun 2022 yang berjumlah 1024 industri. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia sangat menggairahkan.



Gambar I.1 Grafik Pertumbuhan Jumlah Industri Kosmetik Di Indonesia

Sumber: Buletin APBN (Data diolah 2024)

Faktor yang mendorong pertumbuhan industri kosmetik di Inonesia menurut Sancoyo Antarikso Ketua Umum Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia (Perkosmi), faktor pertama adalah kondisi demografi Indonesia di mana memiliki jumlah penduduk terbanyak keempat sedunia, faktor berikutnya adalah komposisi penduduk Indonesia yang didominasi oleh generasi muda yang dimana generasi tersebut lebih banyak menggunakan produk-produk kosmetik, selanjutnya faktor tingkat kesejahteraan masyarakat juga berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan industri kosmetik dalam negeri, dan faktor terakhir adalah informasi mengenai produk kosmetik yang semakin mudah didapat masyarakat berkat kehadiran akses internet yang dimana informasi mengenai tren kecantikan global bisa mudah didapatkan sehingga dapat mendorong konsumsi kosmetik di Indonesia.

Banyak barang dan jasa membanjiri pasar karena pertumbuhan bisnis kosmetik serta perdagangan yang pesat. Para produsen menarik perhatian pelanggan dengan menggunakan berbagai strategi untuk mempromosikan barang dan jasa mereka. Seiring dengan pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia yang semakin pesat, sehingga mempengaruhi daya saing setiap perusahaan untuk meningkatkan operasi, pangsa pasar, dan kinerjanya. Dengan pertumbuhan industri kosmetik yang terus meningkat, maka perusahaan harus selalu mempertahankan dan mengembangkan kinerjanya untuk memenuhi kepuasan konsumen dan tetap bertahan untuk kelangsungan hidup bisnis, selain itu perusahaan harus mampu mempertahankan kinerja keuangan yang baik, yang akan mempermudah pencarian calon investor. Perusahaan dengan

kinerja keuangan yang baik akan mudah bagi calon investor untuk menentukan apakah layak mendapatkan investor atau sebaliknya (Fauzi, 2022).

Pada umumnya suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mencapai keuntungan yang maksimal bagi perusahaannya. Laba merupakan indikator yang seringkali digunakan untuk menilai kinerja sebuah perusahaan (Pradnyawati, 2021). Dengan adanya laba, sebuah perusahaan dapat berkembang untuk memperluas usahanya dan juga berfungsi sebagai tolak ukur keberlanjutan perusahaan di masa mendatang. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka diperlukan manajemen yang baik dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya modal yang ada supaya bisa memperlihatkan bahwa kinerja perusahaan berjalan dengan baik. Kinerja yang baik dari sumber daya manusia di perusahaan sangat penting dalam mengelola sumber daya modal perusahaan. Karena keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, sehingga dapat diketahui baik buruknya keadaan keuangan yang dialami oleh perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu (Arota, 2019). Kinerja perusahaan yaitu hasil dari rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam periode tertentu (Irsad, 2022). Pengukuran kinerja keuangan dilakukan dengan menilai kondisi keuangan perusahaan pada masa lalu, saat ini, dan masa yang akan datang. Dengan demikian, kinerja keuangan perusahaan sangat penting untuk

dilakukan guna mengetahui kondisi keuangan perusahaan, menilai tingkat keberhasilan selama periode tertentu, serta menjadi bahan evaluasi bagi pihak manajemen.

Setiap perusahaan pastinya sangat membutuhkan adanya laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan laporan akhir dari hasil proses ringkasan suatu transaksi keuangan yang tercatat dalam buku tahunan (Agnestriani, 2024). Laporan keuangan terdiri dari beberapa komponen yang di mana komponen tersebut dapat berguna sebagai suatu alat untuk menilai kinerja keuangan sebuah perusahaan. Dari laporan keuangan akan tergambar kondisi keuangan suatu perusahaan yang memudahkan manajemen dalam menilai kinerja manajemen perusahaan. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur dengan cara menganalisis laporan keuangan.

Analisis laporan keuangan adalah proses mengidentifikasi, menilai serta membandingkan laporan keuangan yang dibuat (Putra 2021:1). Perbandingan yang dimaksud adalah perbandingan semua jenis laporan keuangan tahun berjalan dengan tahun-tahun lainnya. Analisis laporan keuangan digunakan sebagai bahan informasi yang berkaitan dengan kondisi keuangan perusahaan serta hasil-hasil yang telah dicapai dalam strategi perusahaan yang akan ditetapkan. Dengan melakukan analisis laporan keuangan maka kualitas informasi akuntansi yang disajikan dalam suatu laporan keuangan juga bisa diketahui. Analisis laporan keuangan penting dilakukan, karena analisis laporan keuangan dapat menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan di masa lalu. Dengan informasi tersebut, perusahaan juga

bisa menentukan keputusan apa yang harus diambil untuk masa yang akan datang. Ada beberapa alat yang dapat digunakan untuk menganalisis laporan keuangan perusahaan, diantaranya dengan menggunakan analisis rasio.

Rasio keuangan merupakan suatu alat untuk menilai kinerja suatu perusahaan berdasarkan perbandingan data keuangan yang terdapat pada pos laporan keuangan (Wibawa, 2022). Dengan analisis rasio keuangan, perusahaan dapat membandingkan setiap pos laporan keuangan yang relevan. Analisis rasio keuangan memberikan gambaran informasi mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam mengambil keputusan. Ada beberapa rasio yang dapat digunakan salah satunya yaitu rasio profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Arfita, 2023). Efektifitas disini dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan. Rasio profitabilitas dianggap memiliki peran penting bagi keberlangsungan perusahaan, karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada sejauh mana perusahaan mampu memperoleh keuntungan (Herlianto, 2022:42). Rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan *Net profit Margin*. *Return on assets* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua asset yang dimilikinya. *Return on equity* merupakan rasio yang

digunakan untuk menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri untuk mendapatkan laba bersih. *Net profit margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur presentase atau rasio laba bersih yang dihasilkan dari setiap penjualan (Herlianto, 2022:43).

Sub sektor perusahaan kosmetik merupakan bagian dari salah satu sektor industri barang habis pakai yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia adalah PT. Kino Indonesia Tbk (KINO), PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT), PT. Martina Berto Tbk (MBTO), PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID), dan PT. Victoria Care Indonesia (VICI).

Tabel I.1 Data Keuangan Laba/Rugi Bersih Perusahaan Sub sektor Kosmetik yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2023 (Dalam Jutaan Rupiah)

No	Kode Saham	Tahun		
		2021	2022	2023
1	KINO	100.650	-950.289	77.244
2	MBTO	-148.767	-42.427	-31.928
3	TCID	-76.508	18.109	38.116
4	MRAT	358	67.812	-14.113
5	VICI	177.276	97.639	178.455

Sumber: www.idx.co.id, diolah pada Oktober 2024

Berdasarkan tabel I.1 diatas menunjukkan bahwa dilihat dari sisi profitabilitasnya, perusahaan kosmetik mengalami peningkatan laba bersih yang signifikan terkecuali perusahaan KINO dan perusahaan VICI. Pada tahun 2022, perusahaan MBTO mengalami peningkatan laba bersih menjadi -42.427 Juta Rupiah dari -148.767 Juta Rupiah pada tahun sebelumnya. Hal serupa juga terjadi pada kedua perusahaan lainnya yaitu perusahaan TCID dan perusahaan MRAT yang mengalami peningkatan laba pada tahun 2022. Laba bersih

perusahaan TCID meningkat sebesar 123,67% menjadi 18.109 Juta Rupiah dan peningkatan laba sebesar 188,68% pada perusahaan MRAT yang membukukan laba bersih senilai 67.812 Juta Rupiah pada tahun 2022. Berbanding terbalik dengan perusahaan KINO dan VICI yang justru mengalami penurunan laba bersih pada tahun 2022. Pada tahun 2022, Perusahaan KINO mengalami penurunan laba atau kerugian yang signifikan menjadi -950.289 Juta Rupiah dari 100.650 Juta Rupiah pada tahun sebelumnya. Selanjutnya perusahaan VICI yang juga mengalami penurunan laba sebesar 44,92% menjadi 97.639 Juta Rupiah pada tahun 2022. Penurunan laba tersebut diakibatkan penurunan pendapatan, kenaikan harga bahan baku, dan meningkatnya biaya transport serta logistik.

Peningkatan laba bersih pada perusahaan kosmetik merupakan dampak yang begitu besar pada perusahaan sektor industri. Apabila laba meningkat maka kinerja keuangan perusahaan juga dapat meningkat. Sebaliknya, apabila laba menurun maka kinerja keuangan perusahaan juga dapat menurun. Akan tetapi, nominal laba di atas pada dasarnya belum dijadikan ukuran mutlak untuk menggambarkan kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor kosmetik untuk periode 2021-2023. Perlu dilakukannya analisis rasio profitabilitas dengan indikator *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan *Net Profit Margin* untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan sehingga diperoleh hasil yang akurat. Menurut Brigham dan Houston (2019), ROA dan ROE adalah dua indikator utama dalam menilai profitabilitas perusahaan karena menggambarkan efisiensi penggunaan asset dan keuntungan bagi pemegang

saham. Selain itu, Gitman dan Zutter (2019) juga menjelaskan bahwa NPM mencerminkan efisiensi manajerial perusahaan secara keseluruhan, karena margin laba bersih memperhitungkan semua biaya, termasuk biaya operasional, bunga, dan pajak dibandingkan dengan GPM dan OPM yang hanya melihat sebagian dari proses penciptaan laba.

Penggunaan indikator dari rasio profitabilitas pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Astuti dan Febriyanto (2021), yang berjudul Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan (Studi Kasus Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019) yang dimana pada penelitian tersebut menggunakan tiga indikator dari rasio profitabilitas yaitu ROA, ROE, dan NPM.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berjudul Analisis Laporan Keuangan Perusahaan Subsektor *Cosmetics And Household* Periode 2014 – 2018 oleh Damayanty dan Endang (2021), menyatakan bahwa Rasio Profitabilitas PT Martina Berto Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, dan PT Mandom Indonesia Tbk dengan indikator *Net Profit Margin*, *Return on Asset*, dan *Return on Equity* diperoleh hasil bahwa kinerja keuangan pada perusahaan tersebut dapat dikatakan tidak stabil atau fluktuatif selama periode 2014 sampai 2018. Tingkat NPM, ROA, dan ROE yang didapatkan selama lima tahun jauh berada di bawah rata-rata standar industri dan dikatakan bahwa perusahaan dalam keadaan yang tidak baik.

Berdasarkan fenomena fluktuasi laba yang terjadi pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menilai kinerja keuangan dengan menggunakan analisis rasio keuangan. Salah satu rasio yang digunakan yaitu rasio profitabilitas. Penulis tertarik menggunakan rasio profitabilitas karena berdasarkan fenomena yang terjadi pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023 yang mengalami penurunan penjualan dan mengakibatkan terjadinya penurunan laba, oleh karena itu penulis ingin memberikan gambaran pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI mengenai kinerja keuangan perusahaannya dengan penelitian yang berjudul **“Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Yang Terdaftar Di BEI Periode 2021-2023”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang nantinya akan diteliti. Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2021-2023 berdasarkan *Return on Assets*?
2. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2021-2023 berdasarkan *Return on Equity*?
3. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2021-2023 berdasarkan *Net Profit Margin*?

1.3. Batasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup permasalahan yang ada, maka peneliti akan membatasi masalah yang akan diteliti. Pada penelitian ini, peneliti membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.
2. Menggunakan salah satu rasio keuangan yaitu rasio profitabilitas yang diprosikan menjadi *Return on Asset*, *Return on Equity*, dan *Net Profit Margin*.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis paparkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2021-2023 berdasarkan *Return on Asset*.
2. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2021-2023 berdasarkan *Return on Equity*.
3. Untuk mengetahui kinerja keuangan pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2021-2023 berdasarkan *Net Profit Margin*.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapaun manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan memberikan informasi tambahan mengenai analisis rasio profitabilitas untuk menilai kinerja keuangan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang akan datang.

1.5.2. Manfaat Praktis

Beberapa manfaat praktis antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat pengetahuan dan pengalaman kepada penulis mengenai analisis rasio profitabilitas untuk menilai kinerja keuangan pada perusahaan. Penulis dapat menerapkan teori dan menambah pengetahuan serta wawasan pemahaman ilmu yang diperoleh ketika perkuliahan, serta sesuatu yang bermanfaat bagi diri sendiri untuk diterapkan pada dunia nyata.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, menjadi referensi tambahan, serta dapat menjadi kajian atau acuan

bagi penulis dimasa yan akan datang dengan pokok pembahasan yang sama.

3. Bagi perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di BEI

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan khususnya mengenai analisis rasio profitabilitas untuk menilai kinerja keuangan pada perusahaan.

