

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia mengalami lonjakan signifikan, didorong oleh bertambahnya jumlah penduduk muda serta meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan kecantikan dan kesehatan kulit. Hal ini membuka peluang besar bagi industri kosmetik dalam negeri untuk berkembang pesat. Salah satu indikator kemajuan ini adalah munculnya berbagai merek kosmetik lokal yang tidak hanya diterima dengan baik di pasar domestik, tetapi juga mulai mampu bersaing dengan produk-produk internasional dari segi kualitas maupun inovasi. Peningkatan tren penggunaan produk lokal turut mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk dalam negeri. Fenomena ini sejalan dengan perkembangan sektor manufaktur kosmetik nasional, yang menjadi faktor utama dalam memenuhi permintaan pasar yang semakin besar. Tercatat, jumlah perusahaan manufaktur kosmetik di Indonesia meningkat sebesar 21,9%, dari 913 perusahaan pada tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan hanya dalam kurun waktu setahun, yaitu hingga pertengahan 2023. Lebih dari sekedar memenuhi kebutuhan domestik, sektor manufaktur kosmetik Indonesia juga menunjukka kinerja impresif di pasar global. Selama periode Januari hingga November 2023, nilai ekspor kumulatif produk kosmetik, wewangian, dan essential oils mencapai US\$770,8 juta. (Perekonomian & Indonesia, 2024). Capaian ini menjadi bukti bahwa manufaktur kosmetik dalam

negeri tidak hanya tumbuh secara kuantitas, tetapi juga secara kualitas dan daya saing internasional.

Kosmetik dan barang-barang rumah tangga memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia saat ini. Di era modern ini, kebutuhan akan produk kosmetik semakin meningkat, karena banyak orang ingin tampil menarik untuk meningkatkan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penggunaan kosmetik juga sangat relevan bagi masyarakat Indonesia yang tinggal di negara dengan iklim tropis. Kosmetik tidak hanya berfungsi untuk mempercantik penampilan, namun juga memiliki manfaat signifikan bagi kesehatan kulit.

Subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga adalah komponen dari sektor industri konsumsi barang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan fokus pada berbagai produk seperti perawatan rambut, kosmetik, makanan dan minuman, wewangian, perawatan tubuh, dan barang-barang untuk rumah tangga. Dengan pesatnya perkembangan industri kosmetik dan keperluan rumah tangga di Indonesia, perusahaan-perusahaan di sektor ini memiliki peluang pengembangan yang sangat menjanjikan serta menarik bagi para investor. Pertumbuhan populasi di Indonesia juga berkontribusi pada peningkatan permintaan akan produk kosmetik dan keperluan rumah tangga. Selain itu, tren kosmetik halal di Indonesia semakin berkembang dengan cepat, serta menciptakan lebih banyak peluang di pasar ini.

Secara umum, memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan utama setiap entitas perusahaan. Nilai perusahaan sering kali diidentikkan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau profitabilitas yang berkelanjutan. Semakin besar laba yang diperoleh, maka semakin tinggi pula nilai

perusahaan di mata pemilik, investor, maupun pihak eksternal lainnya. Saat ini, semakin banyak perusahaan di Indonesia yang berkembang dengan pesat, baik di sektor industri, perdagangan, maupun jasa. Baik perusahaan skala kecil, menengah, maupun besar memiliki tujuan yang sama, yaitu mencapai pertumbuhan yang stabil dan berkelanjutan. Kondisi perusahaan yang sehat dan stabil memungkinkan perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang serta berkembang guna mencapai tujuan utamanya, yaitu menciptakan nilai ekonomi melalui peningkatan laba (profit). Namun, di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin maju, persaingan antar perusahaan juga semakin ketat. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi, efisiensi operasional, serta pengelolaan sumber daya yang optimal agar tetap relevan dan kompetitif di pasar. Dalam situasi persaingan yang dinamis ini, kemampuan perusahaan untuk mencapai dan mempertahankan profit menjadi sangat penting, karena laba merupakan indikator utama yang mencerminkan kinerja keuangan dan daya saing perusahaan. Dengan demikian, fokus perusahaan dalam memaksimalkan laba bukan hanya sebagai tujuan jangka pendek, tetapi juga sebagai strategi jangka panjang untuk menjaga nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan.

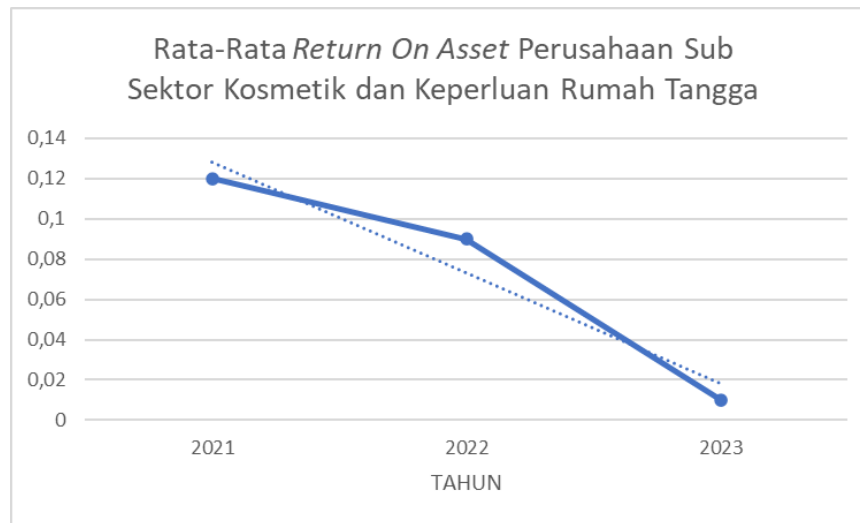
Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan selama periode waktu tertentu. Seseorang dapat menilai profitabilitas suatu perusahaan berdasarkan jumlah keuntungan yang diperoleh secara konsisten dan kecenderungan untuk terus meningkat. Umumnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mencapai laba maksimal. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, baik manajemen maupun pimpinan harus menghadapi perkembangan ekonomi yang

semakin pesat dari waktu ke waktu. Hal ini terlihat dari meningkatnya aktivitas perdagangan di hampir semua sektor, kemajuan teknologi yang dimanfaatkan untuk memperluas daya saing, serta informasi yang semakin cepat. Semua faktor tersebut mendorong perusahaan untuk terus bersaing di pasar demi mempertahankan ekstensinya.

Rasio Profitabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Selain itu, rasio ini juga memberikan gambaran mengenai efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Indikator dari rasio ini dapat dilihat dari laba yang diperoleh melalui aktivitas penjualan serta pendapatan yang dihasilkan dari investasi. Dengan kata lain, penggunaan rasio ini menjadi cerminan efisiensi perusahaan dalam mengelola sumber daya dan mencapai tujuan keuangannya”. (Kasmir, 2019).

Rasio Profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Assets*. *Return on Assets* (ROA) merupakan salah satu rasio penting yang berfungsi untuk meningkatkan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Rasio ini mengukur seberapa besar laba bersih yang dihasilkan perusahaan jika dilihat dari total nilai aset yang dimiliki. Secara lebih mendalam, *Return on Assets* adalah indikator dari rasio profitabilitas yang bertujuan agar sejauh mana perusahaan dapat mengoptimalkan seluruh dana yang diinvestasikan dalam asetnya untuk operasionalnya, guna menghasilkan keuntungan (Munawir, 2010:89).

Pada data laporan keuangan sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga adanya penurunan Return on Asset pada tahun 2021-2023:



*Sumber: Publikasi Annual Report Perusahaan Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga*

**Gambar 1.1 Return on Asset Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2021-2023**

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa *Return On Asset* (ROA) pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga cenderung mengalami penurunan. Setiap tahunnya, data menunjukkan bahwa pada tahun 2021, nilai tersebut berada di atas rata-rata dengan angka mencapai 0,12. Namun pada tahun 2022 perusahaan mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya menjadi 0,09. Selanjutnya pada tahun 2023, perusahaan kembali mencatatkan penurunan yang lebih kecil yaitu sebesar 0,01.

Jika *Return on Asset* ROA semakin besar maka kinerja keuangan perusahaan pun akan semakin baik. Sebaliknya, hal ini juga menunjukkan bahwa rasio profitabilitas perusahaan akan semakin meningkat (Saragih et al, 2015). Jika suatu perusahaan memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai *Return on Assets* (ROA), maka perusahaan tersebut perlu meningkatkan tingkat likuiditasnya. Tingkat likuiditas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk

memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Untuk mengukur dan memahami tingkat likuiditas yang dikelola dalam operasional perusahaan, salah satu cara yang bisa digunakan yaitu dengan menghitung rasio lancar atau dikenal juga sebagai *current ratio*.

*Current Ratio* adalah perbandingan antara aset lancar dan kewajiban lancar.. Semakin besar jumlah aset lancar, maka akan semakin tinggi pula nilai rasio lancar. Tersebut. (Munawir, 2014). Perusahaan yang mampu memenuhi kewajiban keuangannya tepat waktu menunjukkan bahwa mereka berada dalam kondisi likuid. Suatu perusahaan dianggap dapat memenuhi kewajiban keuangannya dengan baik jika aset lancarnya lebih besar dibandingkan dengan hutang lancar atau kewajiban jangka pendeknya. Di sisi lain, jika perusahaan tidak dapat segera melunasi kewajiban keuangannya pada saat jatuh tempo, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berada dalam keadaan tidak likuid (Fahmi, 2015). Penelitian sebelumnya mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa *Current Ratio* memiliki pengaruh terhadap *Return on Asset* (Sipatuhar & Sanjaya, 2019). Semakin tinggi *Current Ratio* maka *Return on Asset* akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya semakin rendah *Current Ratio* maka *Return on Asset* akan semakin menurun.

Solvabilitas atau yang sering disebut sebagai (*leverage*), berfungsi untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan menggunakan utang dalam operasionalnya. namun, meminjamkan utang dalam jumlah besar dapat menempatkan perusahaan dalam posisi berisiko, karena semakin tinggi pinjaman yang diambil, semakin besar pula bunga yang harus dibayar. Hal ini dapat menyulitkan perusahaan untuk

melunasi kewajibannya. Selain itu, kondisi ini dapat berdampak negatif pada *Return on Assets* (ROA) perusahaan. Suatu perusahaan dianggap solvabilitas jika aset yang dimilikinya cukup untuk menutupi seluruh utangnya, sebaliknya, jika total aset tidak mencukupi untuk menutupi total utangnya, maka perusahaan tersebut dianggap tidak solvabel atau (*insolvable*) (Fahmi, 2015).

*Debt to Equity Ratio*, yang termasuk dalam kategori rasio solvabilitas atau *leverage* menjadi salah satu alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Rasio ini menggambarkan hubungan antara total hutang perusahaan dengan ekuitas yang dimiliki, sehingga memberikan gambaran tentang struktur modal perusahaan. Dalam pengertian yang lebih luas, *Debt to Equity Ratio* berfungsi sebagai alat pengukuran untuk menilai keterampilan keuangan perusahaan dalam memenuhi semua kewajiban yang dimilikinya, dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Kasmir, 2018). *Debt to Equity Ratio* berpengaruh terhadap *Return on Asset* (Zendrato et al., 2023). Ketika *Debt to Equity Ratio* meningkat, *Return on Asset* cenderung mengalami penurunan. Sebaliknya, jika *Debt to Equity Ratio* menurun, maka *Return on Asset* akan cenderung meningkat.

Berdasarkan uraian masalah yang telah dipaparkan serta penjelasan dari penelitian terdahulu, penulis menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *Return on Asset* (ROA) pada sektor kosmetik, yaitu *Current Ratio* (CR) dan *Debt to Equity Ratio* (DER). Penelitian ini menunjukkan adanya peniriran *Return on Asset* (ROA) yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Current Ratio* (CR)**

**dan *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return On Asset* (ROA) Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, terjadinya penurunan laba (profitabilitas) yang akan diukur dengan *Return On Asset* pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga dapat disebabkan oleh *Current Ratio* dan *Debt to Equity Ratio*. Oleh karena itu dapat dibuat beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana *Current Ratio* (CR), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Return On Asset* (ROA) pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga?
2. Bagaimana pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap *Return On Asset* (ROA) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga?
3. Bagaimana pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return On Asset* (ROA) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. *Current ratio* (CR), *Debt to Equity Ratio* (DER), dan *Return On Asset* (ROA) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga.
2. Pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap *Return On Asset* (ROA) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga.



3. Pengaruh *Debt to Equity Ratio* (DER) terhadap *Return On Asset* (ROA) Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa saran bagi perusahaan serta menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan upaya meningkatkan *Return On Asset* (ROA). Saran tersebut akan didasarkan pada analisis rasio keuangan lainnya, yaitu *Current Ratio* (CR), dan *Debt to Equity Ratio* (DER).

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Investor dapat menggunakan informasi ini untuk memahami bagaimana kinerja keuangan Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga. dan sejauh mana perusahaan ini dapat menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya.

#### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indoneisa, dengan melakukan penelitian berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), serta dari *website* resmi masing-masing perusahaan.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2024 hingga Juli 2025. Rincian mengenai Waktu penelitian dapat dilihat pada lampiran 1.