

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

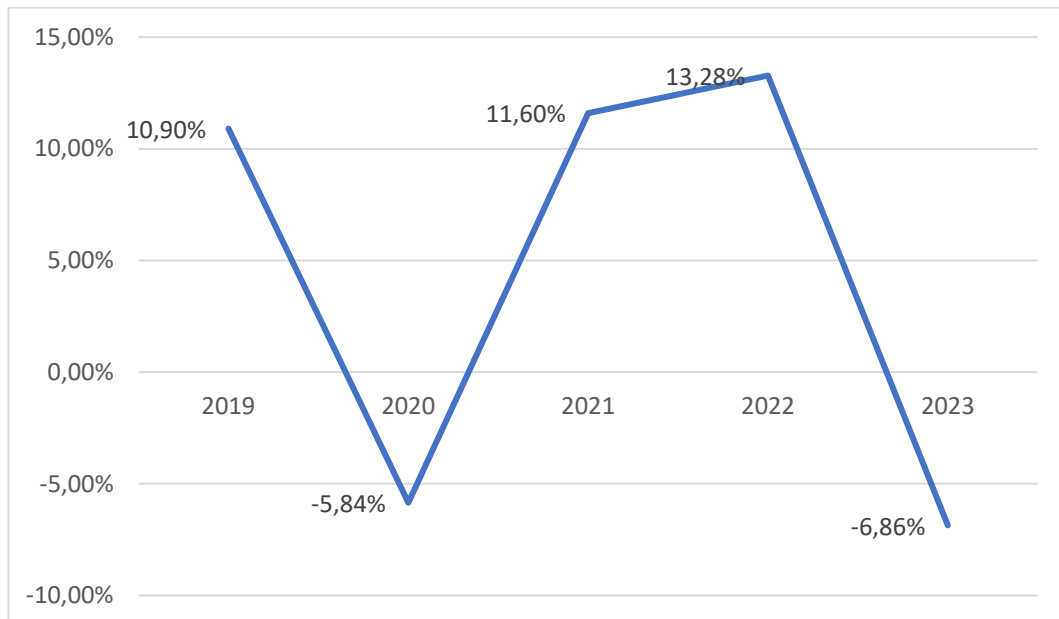
Perusahaan merupakan organisasi yang didirikan oleh individu, kelompok, atau badan hukum dengan tujuan utama memproduksi dan mendistribusikan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Mayer, 2021: 3; dan Arefieva, *et al.*, 2021: 2). Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan perusahaan dalam mengelola operasional secara efektif dan efisien sangat menentukan kelangsungan hidupnya. Persaingan yang intensif dalam dunia bisnis menuntut perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan kinerja keuangan mereka agar tetap kompetitif. Sebagai entitas yang beroperasi dalam lingkungan pasar yang dinamis, perusahaan perlu mempertahankan keunggulan kompetitif untuk dapat bertahan dan berkembang.

Perkembangan perusahaan di Indonesia, terutama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), menunjukkan tren positif dalam beberapa tahun terakhir (Lumbantoruan, *et al.*, 2023: 7). Adanya peningkatan jumlah perusahaan yang *go public*, mencerminkan pertumbuhan ekonomi yang kuat dan kepercayaan investor terhadap pasar Indonesia (Siregar, *et al.*, 2024: 12). Perusahaan yang *go public* tidak hanya mendapatkan akses yang lebih luas ke sumber pendanaan, tetapi juga mengalami peningkatan dalam visibilitas dan reputasi di pasar. Pertumbuhan ini menjadi indikator bahwa lingkungan bisnis di Indonesia semakin kondusif untuk ekspansi dan pengembangan perusahaan, baik pada skala nasional maupun internasional. Namun, peningkatan jumlah perusahaan turut mendorong persaingan

pasar yang lebih ketat, sehingga kemampuan perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas menjadi krusial.

Profitabilitas perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Peningkatan penjualan menunjukkan efektivitas strategi perusahaan dalam menjawab kebutuhan pasar dan menarik minat konsumen. Dengan meningkatnya penjualan, pendapatan perusahaan akan bertambah, yang dapat memperkuat stabilitas keuangan serta menciptakan peluang untuk mengelola biaya dengan lebih efisien. Selain itu, penjualan yang tinggi bagi perusahaan untuk mencapai skala ekonomi, sehingga dapat meningkatkan margin keuntungan dan mendorong pertumbuhan profitabilitas dalam jangka panjang.

Salah satu perusahaan yang sangat bergantung pada penjualan untuk menghasilkan profit adalah perusahaan dari sub sektor *Industrial Goods*, yang bergerak di bidang produksi barang kebutuhan industri. Perusahaan dalam sektor ini bergantung pada daya beli perusahaan maupun masyarakat sebagai faktor utama untuk meningkatkan penjualan. Daya beli yang kuat dapat mendorong peningkatan permintaan terhadap produk, sehingga memberikan kontribusi langsung terhadap pertumbuhan profitabilitas. Adapun rata-rata profitabilitas pada sub sektor *Industrial Goods* dapat diketahui pada Gambar 1.1.



Sumber: idx.co.id (Olah Data, 2025)

Gambar 1.1
Rata-rata Profitabilitas Sektor *Industrial Goods*
Tahun 2019-2023

Berdasarkan Gambar 1.1, rata-rata profitabilitas sub sektor *Industrial Goods* menunjukkan nilai yang berfluktuatif. Pada tahun 2020 terjadi penurunan yang disebabkan oleh kerugian akibat melemahnya perekonomian dampak dari pandemi COVID-19, yang memengaruhi daya beli, distribusi barang, dan aktivitas ekonomi secara keseluruhan. Pada tahun 2021 dan 2022, terdapat peningkatan profitabilitas yang mengindikasikan adanya proses pemulihan perekonomian. Namun pada tahun 2023, sub sektor ini kembali mencatatkan kerugian rata-rata sebesar -6,86%. Kerugian tersebut dipengaruhi oleh penurunan angka PMI manufaktur yang mencerminkan menurunnya daya beli atau permintaan, terutama dari pasar ekspor. Selain itu, banyaknya produk impor yang lebih murah terutama dari Cina menambah tingkat persaingan dan meningkatnya harga gas yang berdampak pada kenaikan biaya.

Profitabilitas adalah ukuran kinerja yang krusial bagi perusahaan, menggambarkan kemampuan untuk menghasilkan laba dalam hubungannya dengan pendapatan, aset, atau ekuitas yang dimiliki (Nuryana, *et al.*, 2024: 12; Sutrisno, *et al.*, 2024: 17). Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mampu menciptakan pendapatan, tetapi juga melakukannya dengan cara yang efisien dan berkelanjutan. Sebagai indikator kesehatan finansial, profitabilitas yang baik menjadi daya tarik bagi investor yang mencari imbal hasil yang menarik dari investasi mereka (Harmadji, *et al.*, 2024: 8; dan Huang *et al.*, 2021: 2). Dengan profitabilitas yang baik, perusahaan dapat menyediakan imbal hasil yang menarik bagi pemegang saham dan berinvestasi lebih lanjut dalam pengembangan produk serta inovasi. Hal ini menjadikan profitabilitas sebagai salah satu tujuan utama bagi perusahaan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang.

Profitabilitas dalam dunia bisnis sangat penting, karena berfungsi sebagai fondasi untuk keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan. Profitabilitas yang stabil memberikan perusahaan kemampuan untuk menghadapi fluktuasi pasar, beradaptasi dengan perubahan, dan memenuhi kewajiban keuangannya secara tepat waktu. Keberadaan profitabilitas yang kuat memungkinkan perusahaan untuk menjalankan operasi sehari-hari tanpa terganggu oleh tantangan keuangan. Namun, tidak semua perusahaan mampu mempertahankan tingkat profitabilitasnya, terutama dalam kondisi pasar ketika menghadapi tantangan tertentu (Alarussi dan Gao, 2023: 41; dan Wamalia, 2023: 5).

Ketidak efisienan perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas memiliki urgensi bagi perusahaan dan investor (Hulu dan Santosa, 2023: 86). Bagi

perusahaan, kondisi ini dapat mengakibatkan penurunan daya saing di pasar, menyebabkan masalah likuiditas, dan meningkatkan risiko kebangkrutan jika tidak ditangani dengan baik. Hal ini juga dapat membatasi kemampuan perusahaan untuk berinvestasi dalam inovasi dan pengembangan produk, yang penting untuk pertumbuhan jangka panjang. Bagi investor, profitabilitas yang rendah atau tidak efisien menunjukkan risiko investasi yang lebih tinggi, sehingga mereka mungkin mempertimbangkan untuk mengalihkan dana ke perusahaan lain yang lebih menguntungkan. Akibatnya, penurunan profitabilitas dapat mengurangi nilai saham perusahaan dan memengaruhi kepercayaan investor, yang berpotensi menghambat akses perusahaan terhadap modal yang dibutuhkan untuk pertumbuhan (Schoneveld, 2020: 4; dan Pasca, *et al.*, 2024: 6).

Tingkat profitabilitas suatu perusahaan dapat dipengaruhi oleh *operating leverage*, yang merupakan perbandingan antara biaya tetap dan biaya variabel dalam struktur biaya perusahaan (Sari dan Priyanto, 2019: 6; dan Setiawan, *et al.*, 2019: 11). *Operating leverage* adalah konsep yang mengukur seberapa besar perubahan dalam penjualan memengaruhi profitabilitas perusahaan, berdasarkan struktur biaya tetap dan biaya variabel yang dimiliki (Ningsih dan Utami, 2020: 3). Dengan kata lain, ini menunjukkan sejauh mana biaya tetap digunakan dalam operasi bisnis. Ketika sebuah perusahaan memiliki tingkat *operating leverage* yang tinggi, peningkatan penjualan dapat menyebabkan lonjakan profitabilitas yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh biaya tetap yang tetap sama, sementara pendapatan dari penjualan tambahan langsung meningkatkan margin laba. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat *operating leverage* rendah mungkin

mengalami pertumbuhan profitabilitas yang lebih lambat, karena peningkatan penjualan tidak memberikan dampak yang sama terhadap laba.

Pengaruh *operating leverage* biasanya terlihat ketika ada perubahan dalam *volume* penjualan (Sunaryono, *et al.*, 2023). Dalam situasi penjualan yang meningkat, perusahaan dengan *operating leverage* tinggi akan mengalami lonjakan laba yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan *leverage* rendah. Memahami *operating leverage* sangat penting untuk perencanaan keuangan, karena dapat membantu perusahaan mengelola risiko yang terkait dengan fluktuasi pasar (Agit., *et al.*, 2023: 85). Dengan mengevaluasi struktur biaya mereka, perusahaan dapat mencapai keseimbangan yang optimal antara biaya tetap dan variabel (Putra dan Kadang, 2020: 2). Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas di saat kondisi pasar yang menguntungkan dan menjaga stabilitas keuangan saat menghadapi penurunan penjualan (Dharmajati, *et al.*, 2024: 15).

Dari sisi pendanaan, *financial leverage* akan memengaruhi profitabilitas karena perusahaan menggunakan sumber dana dari hutang yang menimbulkan beban tetap (Puspitasari, *et al.*, 2020: 33; Putra & Kadang, 2020: 6). *Financial leverage* adalah penggunaan utang dalam struktur modal perusahaan untuk meningkatkan potensi profitabilitas. Dengan menggunakan utang, perusahaan dapat membiayai investasi dan ekspansi yang dapat menghasilkan pengembalian lebih tinggi dibandingkan dengan biaya utang. Dari utang tersebut, perusahaan dapat membiayai investasi dan ekspansi yang berpotensi menghasilkan pengembalian lebih tinggi dibandingkan dengan biaya utang yang harus dibayar. Perusahaan dari berbagai sektor, termasuk manufaktur dan ritel, sering

menggunakan *financial leverage* untuk mendukung pertumbuhan mereka. Pengelola keuangan dan manajemen puncak bertanggung jawab untuk merumuskan strategi pembiayaan yang melibatkan utang. Implementasi *financial leverage* dapat dilihat ketika perusahaan mengambil keputusan untuk memperluas kapasitas produksi atau menjelajahi pasar baru.

Financial leverage berpengaruh saat perusahaan membiayai proyek tertentu melalui utang, memungkinkan mereka untuk mengakses dana tambahan yang diperlukan untuk pertumbuhan (Gharaibeh dan Khaled, 2020: 14). Ketika pengembalian dari investasi tersebut melebihi biaya utang, profitabilitas perusahaan dapat meningkat secara signifikan, memberikan peluang untuk ekspansi lebih lanjut. Dengan menggunakan *financial leverage*, perusahaan dapat memaksimalkan pengembalian atas ekuitas yang diinvestasikan, meningkatkan nilai bagi pemegang saham. Namun, penggunaan *financial leverage* juga membawa risiko tambahan, terutama jika perusahaan tidak dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk memenuhi kewajiban utangnya. Beban utang yang tetap dapat memengaruhi profitabilitas secara negatif jika hasil dari investasi tidak memenuhi ekspektasi, mengakibatkan penurunan kinerja keuangan perusahaan.

Growth opportunity atau kesempatan untuk bertumbuh juga dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan (Salsabilla dan Rahmawati, 2021: 4). *Growth opportunity* adalah potensi yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan melalui ekspansi pasar, pengembangan produk baru, atau peningkatan efisiensi operasional (Prasetyo dan Sulastiningsih, 2022: 5). Penjualan yang mengalami peningkatan akan memiliki kesempatan bertumbuh,

memberikan perusahaan ruang untuk mengembangkan operasi dan ekspansi. Ketika perusahaan berhasil meningkatkan penjualannya, hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat posisi pasar mereka. Dengan pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan, perusahaan dapat menginvestasikan kembali keuntungan untuk meningkatkan kapasitas produksi, inovasi produk, atau strategi pemasaran yang lebih agresif. Selain itu, peningkatan penjualan sering kali membawa dampak positif terhadap loyalitas pelanggan, yang dapat memperkuat basis pelanggan dan mendorong pertumbuhan jangka panjang. Dengan demikian, kesempatan bertumbuh yang dihasilkan dari peningkatan penjualan dapat secara langsung meningkatkan peluang profitabilitas perusahaan.

Penjualan yang mengalami peningkatan akan memiliki kesempatan bertumbuh, yang selanjutnya akan meningkatkan peluang profitabilitas perusahaan (Prasetyo dan Sulastiningsih, 2022: 5; Salsabilla dan Rahmawati, 2021: 4). Ketika perusahaan berhasil meningkatkan penjualannya, arus kas yang dihasilkan juga meningkat, memungkinkan manajemen untuk mengelola sumber daya keuangan dengan lebih efektif. Peningkatan pendapatan ini dapat digunakan untuk investasi dalam proyek baru, memperkuat posisi keuangan perusahaan, dan memenuhi kewajiban utang. Selain itu, manajemen keuangan yang baik akan memastikan bahwa pertumbuhan penjualan dapat dimanfaatkan dengan strategi pengendalian biaya yang efisien, sehingga memaksimalkan margin laba. Dengan demikian, peningkatan penjualan tidak hanya memberikan kesempatan bertumbuh, tetapi juga menjadi pendorong utama bagi profitabilitas yang lebih tinggi dalam manajemen keuangan perusahaan.

Firm size atau ukuran perusahaan dapat memengaruhi profitabilitas karena perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya, termasuk modal dan teknologi, yang dapat meningkatkan efisiensi operasional (Akram, *et al.*, 2021: 11). *Firm size*, atau ukuran perusahaan, merujuk pada skala dan kapasitas suatu perusahaan yang dapat memberikan gambaran tentang seberapa besar operasi perusahaan dan seberapa banyak sumber daya yang tersedia (Tobibah dan Firmansyah, 2024: 5). Dengan sumber daya yang cukup, perusahaan dapat berinvestasi dalam teknologi canggih yang meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi. Akses terhadap modal yang lebih besar memungkinkan perusahaan untuk mendanai proyek ekspansi dan inovasi tanpa harus khawatir tentang likuiditas jangka pendek. Selain itu, perusahaan besar sering kali mendapatkan syarat pendanaan yang lebih menguntungkan dari lembaga keuangan karena dianggap kurang berisiko.

Ukuran perusahaan yang diukur dari total asetnya mencerminkan kapasitas finansial yang lebih besar untuk mendanai proyek-proyek strategis dan operasional. Perusahaan dengan total aset yang besar akan mendapatkan akses lebih mudah ke pendanaan eksternal, seperti pinjaman atau obligasi, yang dapat digunakan untuk memperluas bisnis atau investasi yang menguntungkan (Saragih & Sihombing, 2021: 7). Dengan aset yang lebih besar, perusahaan juga dapat mengelola risiko keuangan dengan lebih efektif melalui diversifikasi portofolio dan pengelolaan likuiditas yang lebih baik. Selain itu, skala ekonomi yang dicapai melalui aset besar dapat mengurangi biaya modal dan meningkatkan efisiensi operasional, yang pada akhirnya berdampak positif pada profitabilitas. Semua ini menunjukkan bahwa total

aset yang besar memberikan keunggulan kompetitif dalam mencapai kinerja keuangan yang lebih baik.

Penelitian mengenai pengaruh *operating leverage*, *financial leverage*, *growth opportunity*, dan *firm size* terhadap profitabilitas telah banyak dilakukan, namun hasil yang diperoleh masih menunjukkan perbedaan. Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa *operating leverage* dan *financial leverage* berpengaruh positif terhadap profitabilitas (Suhaeman, *et al.*, 2024; Putra dan Kadang, 2020). Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (Setiawan, *et al.*, 2019; Marliana, *et al.*, 2020). Demikian pula, *growth opportunity* ditemukan berpengaruh positif terhadap profitabilitas dalam beberapa studi (Setiyowati, *et al.*, 2020), tetapi hasil ini bertentangan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas (Işık, 2017) bahkan berpengaruh negatif (Julietha dan Natsir, 2021). Selain itu, *firm size* juga menunjukkan hasil yang bervariasi, di mana beberapa penelitian menyatakan *firm size* berpengaruh positif terhadap profitabilitas (Julietha dan Natsir, 2021), sementara yang lain menunjukkan tidak ada pengaruh (Sari, 2019).

Adanya fenomena belum stabilnya profitabilitas dan adanya kesenjangan hasil dari penelitian sebelumnya, menjadi alasan utama peneliti untuk mengkaji lebih dalam topik ini. Ketidakpastian mengenai pengaruh faktor-faktor seperti *operating leverage*, *financial leverage*, *growth opportunity*, dan *firm size* terhadap profitabilitas memotivasi penelitian ini. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul: “**Pengaruh *Operating Leverage, Financial Leverage, Growth Opportunity* dan *Firm Size* Terhadap Profitabilitas (Survei pada Perusahaan Sub Sektor *Industrial Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023).**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

- 1) Bagaimana *Operating Leverage, Financial Leverage, Growth Opportunity, Firm Size* dan Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor *Industrial Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
- 2) Bagaimana pengaruh *Operating Leverage, Financial Leverage, Growth Opportunity* dan *Firm Size* secara bersama maupun parsial terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor *Industrial Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis sebagai berikut.

- 1) *Operating Leverage, Financial Leverage, Growth Opportunity, Firm Size* dan Profitabilitas pada Perusahaan Sub Sektor *Industrial Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
- 2) Pengaruh *Operating Leverage, Financial Leverage, Growth Opportunity* dan *Firm Size* secara bersama maupun parsial terhadap Profitabilitas pada

Perusahaan Sub Sektor *Industrial Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman dalam bidang keuangan khususnya mengenai pengaruh *Operating Leverage*, *Financial Leverage*, *Growth Opportunity* dan *Firm Size* terhadap Profitabilitas.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata untuk:

1) Perusahaan

Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas, perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk memanfaatkan kesempatan pertumbuhan dan mengelola ukuran perusahaan serta *leverage* dengan lebih efektif.

2) Bagi Investor

Memahami dampak *operating leverage*, *financial leverage*, *growth opportunity* dan *firm size* terhadap profitabilitas dapat memberikan gambaran tentang risiko yang terkait dengan investasi di perusahaan tertentu. Ini memungkinkan investor untuk menilai risiko dan potensi imbal hasil dengan lebih baik.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam hal ini peneliti melakukan penelitian pada perusahaan sub sektor *Industrial Goods* yang datanya diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai bulan Juni 2024 sampai dengan bulan Juni 2025 di mulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data dan penulisan laporan, adapun pelaksanaan penelitian dengan data terlampir.