

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan utama untuk memperoleh laba atau keuntungan sebagai indikator keberhasilan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Dengan memperoleh laba yang optimal, perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan, memperbaiki kualitas produk serta melakukan ekspansi dan investasi baru sehingga perusahaan mampu bertahan dan berkembang (Astuti et al., 2021:117). Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mencapai target laba yang telah ditetapkan serta perlu melakukan evaluasi terhadap efektivitas dan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya yang dimiliki. Untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba, dapat dilihat melalui rasio profitabilitas (Hasan et al., 2022:53).

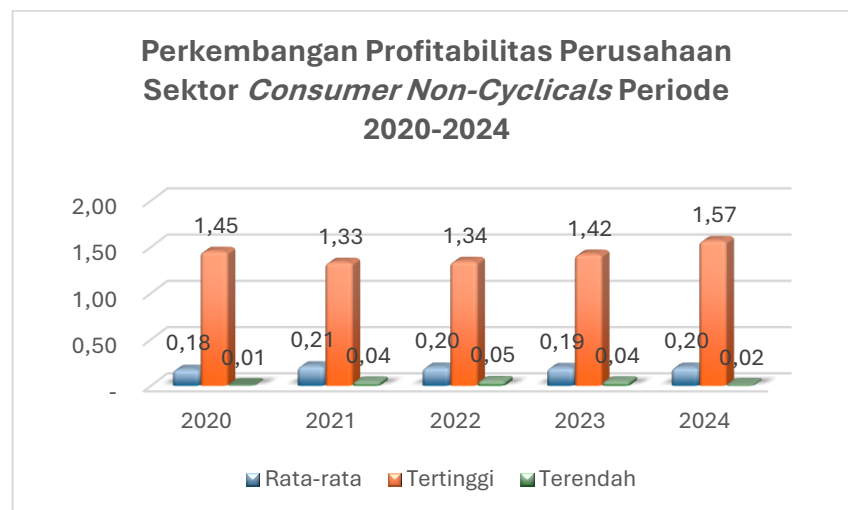
Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang menunjukkan tingkat efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya yang dimiliki (Kasmir, 2019:198). Tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan mampu menjalankan aktivitas operasionalnya dengan efektif dan efisien. Profitabilitas menjadi aspek penting bagi perusahaan. Pemimpin perusahaan menggunakan profitabilitas sebagai tolak ukur keberhasilan atau kegagalan perusahaannya. Bagi karyawan, tingkat profitabilitas yang tinggi dapat membuka peluang untuk memperoleh kenaikan gaji. Selain itu, bagi para pemegang saham atau stakeholder juga menjadikan profitabilitas sebagai pertimbangan utama sebelum melakukan investasi (Pangesti et al., 2022). Jika

perusahaan ingin memaksimalkan labanya maka perusahaan harus cermat dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya sehingga perusahaan akan berusaha membuat banyak faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas berada dalam keadaan terkendali atau stabil (Felicia & Viriany, 2023).

Salah satu rasio yang sering digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Return on Equity* (ROE). *Return on Equity* menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan (Sudana, 2019). Melalui rasio ini, pemegang saham dapat menilai tingkat efektivitas dan efisiensi pengelolaan modal yang dilakukan pihak manajemen perusahaan, karena ROE mencerminkan tingkat pengembalian atas investasi yang ditanamkan dalam perusahaan (Brigham & Houston, 2019:119). Semakin tinggi nilai ROE, maka semakin efisien perusahaan memanfaatkan modalnya untuk menghasilkan laba. Oleh karena itu, ROE menjadi indikator penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, khususnya dalam memberikan tingkat pengembalian kepada pemegang saham.

Sektor *consumer non-cyclicals* merupakan salah satu sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mencakup perusahaan yang bergerak di bidang kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, ritel, serta produk rumah tangga. Sektor ini dikenal relatif stabil karena terdiri dari perusahaan yang kegiatan usahanya tidak terlalu dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, karena produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat sehari-hari (Nadya, 2023). Meskipun sektor *consumer non-cyclicals* dikenal relatif stabil, namun tingkat profitabilitas perusahaan dalam sektor ini menunjukkan kondisi yang

tidak konsisten. Hal ini dapat dilihat dari pergerakan *Return on Equity* (ROE) perusahaan *consumer non-cyclicals* selama periode 2020-2024 yang menunjukkan adanya fluktuasi dari tahun ke tahun.



Gambar 1. 1
**Perkembangan Profitabilitas Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals*
Periode 2020-2024**

Sumber: www.idx.co.id (Diolah penulis)

Berdasarkan grafik tersebut, rata-rata ROE perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* pada tahun 2020 sebesar 0,18, meningkat menjadi 0,21 pada tahun 2021, kemudian pada tahun 2022 mengalami penurunan menjadi 0,20, pada tahun 2023 kembali menurun menjadi 0,19, meningkat kembali menjadi 0,20 pada tahun 2024. Terlihat dari tinggi rendahnya persentase tersebut bahwa rata-rata ROE perusahaan sektor ini mengalami perubahan yang fluktuatif selama periode pengamatan dan belum menunjukkan pola yang stabil. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan tingkat pengembalian kepada pemegang saham masih mengalami dinamika kinerja dari waktu ke waktu meskipun sektor ini tergolong relatif stabil.

Selain tercermin dari perubahan rata-rata ROE, dinamika profitabilitas juga terlihat dari perbedaan antara nilai ROE tertinggi dan terendah antar perusahaan selama periode pengamatan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa stabilitas permintaan dalam sektor ini tidak menjamin stabilitas tingkat pengembalian kepada pemegang saham. Meskipun sektor ini dikenal relatif stabil, kinerja keuangan masing-masing perusahaan tetap mengalami dinamika yang berbeda-beda. Perbedaan kemampuan perusahaan dalam mengelola aktivitas operasional menjadi salah satu faktor yang menyebabkan variasi tingkat profitabilitas yang dihasilkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Barsyah & Hermi (2025) yang menyatakan bahwa profitabilitas perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* dipengaruhi oleh efisiensi operasional dan pengelolaan kinerja keuangan. Hal ini tercermin pada kinerja beberapa perusahaan besar di sektor ini. Data Bloomberg Technoz (2025) menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk mengalami penurunan penjualan bersih sebesar 4,4% dan laba bersih sebesar 12,6%. Selain itu, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk juga mengalami penurunan laba bersih sebesar 12,8% meskipun penjualan perusahaan meningkat sebesar 1,4%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan tingkat profitabilitas.

Temuan tersebut menunjukkan adanya perbedaan kinerja keuangan antar perusahaan, sehingga kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba belum stabil. Kondisi ini mengindikasikan adanya faktor-faktor internal perusahaan yang berpotensi memengaruhi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan. Faktor internal yang berkaitan dengan kondisi keuangan perusahaan diyakini memiliki

peran penting dalam menentukan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Hasan et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji beberapa faktor internal yang diduga berpengaruh terhadap profitabilitas, yaitu likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan sebagai aspek yang berkaitan dengan kondisi keuangan dan aktivitas operasional perusahaan.

Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek (Sudana, 2019:24). Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik menunjukkan kemampuan yang memadai dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, sehingga cenderung mampu menjaga kelancaran aktivitas operasional sehingga berpotensi meningkatkan profitabilitas. Namun, tingkat likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menunjukkan adanya dana yang kurang produktif atau menganggur sehingga berpotensi menekan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Pangesti et al., 2022). Penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil temuan yang berbeda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anisa & Febyansyah (2024), Hutabarat (2022), dan Aldboush et al. (2023) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Wulandari & Arisudhana (2025) menemukan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Ukuran perusahaan mencerminkan skala besar kecilnya perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset yang dimiliki (Rantika et al., 2022). Semakin besar total aset perusahaan, semakin besar juga kapasitas operasional dan sumber daya yang dimiliki. Perusahaan yang mempunyai aset yang besar memiliki potensi untuk memanfaatkan sumber daya dengan lebih efektif, sehingga berpotensi

menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Raflie & Ikhsan, 2024). Hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang beragam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Syailendra et al. (2024), Karim et al. (2023), Pratami et al. (2023) dan Aldboush et al. (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap profitabilitas. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Karimah & Mahroji (2023), Anisa & Febyansyah (2024) dan Jania & Hernawan (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Pertumbuhan Penjualan mencerminkan perubahan tingkat penjualan perusahaan dari satu periode ke periode berikutnya (Ramli & Yusnaini, 2022). Tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi menunjukkan adanya peningkatan permintaan produk serta mencerminkan kinerja operasional yang baik. Peningkatan penjualan tersebut berpotensi meningkatkan pendapatan perusahaan sehingga dapat mendorong peningkatan profitabilitas (Yusuf & Santoso, 2025). Namun, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan temuan yang beragam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rantika et al. (2022), Lestari et al. (2022), dan Karimah & Mahroji (2023) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Manurung et al. (2025), (Fadrul et al., 2022) dan (Murthi et al., 2021) menemukan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Berdasarkan uraian fenomena dan hasil penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa

penelitian menemukan bahwa likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Ketidakkonsistenan hasil tersebut menunjukkan bahwa masih diperlukan penelitian lebih lanjut terkait faktor-faktor yang berpotensi memengaruhi profitabilitas perusahaan. Selain itu, sektor *consumer non-cyclicals* yang dikenal relatif stabil masih menunjukkan fluktuasi profitabilitas selama periode penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris terbaru mengenai **“Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas (Survei pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2024)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana likuiditas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024?
2. Bagaimana pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024?
3. Bagaimana pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui likuiditas, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan secara parsial terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024?

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi dan menjadi rujukan dalam memahami pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji variabel-variabel internal perusahaan yang memengaruhi profitabilitas pada periode dan konteks penelitian yang berbeda.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk memperdalam pemahaman khususnya yang menjadi fokus penelitian, sehingga dapat memperluas ilmu pengetahuan serta wawasan.
2. Bagi perusahaan, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam proses pengambilan keputusan dan dapat menjadi gambaran penting mengenai upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan profitabilitas dan menjaga stabilitas kinerja keuangan.
3. Bagi investor, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk para calon investor sebagai bahan pertimbangan dalam menilai prospek perusahaan melalui profitabilitas sebelum melakukan investasi.
4. Bagi pihak lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi dan dasar perbandingan dalam melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan profitabilitas perusahaan.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2024. Adapun data yang diperlukan diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan situs resmi masing-masing perusahaan.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 8 bulan, mulai dari Oktober 2025 sampai dengan Mei 2026. Dengan rincian kegiatan penelitian seperti pada Lampiran I.