

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Industri kosmetik global saat ini tengah mengalami perubahan yang pesat dan terus berkembang, dengan munculnya tren konsumen yang terus berkembang serta meningkatnya permintaan akan produk yang aman, berkualitas tinggi, dan ramah lingkungan. Perusahaan-perusahaan dalam sektor ini berlomba untuk berinovasi, meluncurkan produk-produk baru, dan merancang strategi yang efektif agar tetap kompetitif di pasar yang sangat ketat. Di samping itu, tantangan ekonomi global seperti ketidakpastian pasar, fluktuasi nilai tukar, dan masalah dalam rantai pasokan semakin mempengaruhi kestabilan keuangan perusahaan. Manajemen keuangan menjadi elemen penting dalam menentukan kinerja perusahaan. Perusahaan yang dapat menjaga arus kas operasi yang sehat, menggunakan aset secara efisien, dan mengelola risiko keuangan dengan baik (Brigham & Houston, 2019). Menunjukkan kemampuan untuk tetap bertahan dan berkembang meskipun menghadapi tantangan yang kompleks. Dengan strategi manajemen keuangan yang tepat, perusahaan tidak hanya mampu menjaga keberlanjutan bisnis, tetapi juga dapat menciptakan peluang baru, meningkatkan daya saing, dan memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin tinggi.

Hal yang sama juga terjadi di Indonesia, dalam beberapa tahun terakhir, industri kosmetik tumbuh pesat seiring meningkatnya kesadaran generasi muda akan pentingnya penampilan dan kesehatan kulit. Kementerian Perindustrian

melaporkan pertumbuhan signifikan sebesar 20,6% pada 2022, dengan jumlah perusahaan mencapai 1.010 pada 2023, mayoritas terdiri dari usaha kecil dan menengah yang menyerap lebih dari 59.000 tenaga kerja. Permintaan tinggi pada produk kosmetik lokal dan pertumbuhan industri kecil menengah menunjukkan potensi ekonomi yang besar. Proyeksi menunjukkan pertumbuhan rata-rata 5,35% per tahun antara 2024–2028, menjadikan sektor ini sangat menjanjikan di pasar domestik maupun internasional (Septiani, 2024).



Gambar 1. 1
Perkembangan Industri Kecantikan di Indonesia
Sumber : Kompas (2022)

Grafik pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa industri kecantikan di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2010 hingga 2023. Fenomena tersebut menunjukkan meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap produk perawatan diri, perkembangan ekonomi di sektor ini, serta pengaruh tren global yang mendorong lahirnya inovasi-inovasi baru. Industri kecantikan kini menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, dengan munculnya berbagai merek lokal seperti PT Paragon Technology and

Innovation, yang menaungi merek-merek besar seperti Wardah, Emina, dan Make Over. Dengan pendekatan modern dan strategi pemasaran digital yang kuat, Paragon mampu menarik perhatian konsumen muda serta memperluas jangkauan pasarnya dengan produk berkualitas tinggi. Dan juga kehadiran merek seperti Somethinc dan Y.O.U Beauty yang baru berdiri dalam lima tahun terakhir, juga semakin memperketat persaingan dengan produk internasional, sehingga menciptakan peluang bisnis yang potensial di masa depan.

Banyak perusahaan kosmetik lokal yang berupaya meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang semakin beragam. Hal ini mendorong perusahaan untuk melakukan inovasi, tidak hanya dalam hal pemasaran, tetapi juga dalam pengelolaan keuangan, seperti pengalokasian dana untuk riset dan pengembangan produk, serta pengelolaan biaya produksi dan pemilihan bahan baku yang aman dan berkualitas. Agar tetap kompetitif, perusahaan kosmetik harus mengoptimalkan efisiensi keuangan untuk mendukung inovasi produk yang memenuhi kebutuhan konsumen tanpa mengurangi potensi keuntungan yang dapat diperoleh.

PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT) yang dikenal luas sebagai pionir produk kecantikan dan jamu tradisional di Indonesia, telah menjadi bagian dari pasar saham Indonesia sejak 1995. Meski awalnya mendapat respons positif dan dikenal dengan produk yang kuat akan nilai tradisional, PT. Mustika Ratu Tbk kini menghadapi tantangan berat dari semakin kompetitifnya pasar kecantikan lokal. Munculnya berbagai merek kosmetik baru yang inovatif dan agresif mengakibatkan penurunan minat terhadap produk Mustika Ratu. Dalam laporan keuangannya, perusahaan ini

menunjukkan tren kerugian sejak tahun 2016 hingga tahun 2020, dengan laba sebesar Rp357 juta pada tahun 2021.

Masalah ini menjadi fokus utama, mengingat PT Mustika Ratu Tbk, yang dulu dikenal sebagai pelopor dalam industri kecantikan dan jamu tradisional di Indonesia, kini menghadapi tantangan besar di pasar yang semakin kompetitif. Kondisi keuangan perusahaan yang tidak stabil menunjukkan perlunya perhatian terhadap pengelolaan arus kas dan pemanfaatan aset yang lebih efisien. Penurunan minat konsumen terhadap produk Mustika Ratu, ditambah dengan kemunculan merek baru yang lebih inovatif, mengharuskan perusahaan untuk menyusun strategi yang tepat agar tetap bisa bersaing.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dianalisis menggunakan indikator keuangan yang membantu memperkirakan tingkat pengembalian yang dapat diperoleh perusahaan dari asetnya. Indikator keuangan yang umum digunakan adalah laba *Return on Assets* (ROA), Ini menunjukkan seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba (Brigham & Houston, 2019). Indikator keuangan digunakan sebagai alat analisis keuangan dan bertujuan untuk mengevaluasi kinerja suatu perusahaan dengan membandingkan data keuangan yang terdapat pada berbagai bagian laporan keuangan (Harahap, 2018).

Dengan peningkatan yang signifikan di industri kecantikan banyak pemain baru yang hadir di pasar, termasuk merek-merek internasional yang agresif dalam memasarkan produk, banyak perusahaan kosmetik lokal, seperti PT Mustika Ratu Tbk, PT Kino Tbk, PT Mandom Tbk, PT Vitacharm Tbk.

Perusahaan	2014	2015	2016	2017	2018
PT Mustika Ratu Tbk	-21.40%	-15.30%	-19.56%	0.90%	-12.80%
PT Kino Tbk	47.28%	7.91%	-3.17%	-12.30%	14.27%
PT Mandom Tbk	13.82%	0.30%	9.15%	7.10%	-2.13%
PT Vitacharm Tbk	34.53%	-6.39%	27.36%	3.32%	-13.50%

Gambar 1. 2
Pertumbuhan Penjualan Kosmetik Indonesia
Sumber : Laporan Keuangan masing-masing Perusahaan 2019

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa pertumbuhan penjualan PT Mustika Ratu Tbk dari tahun ke tahun mengalami penurunan, faktor yang menjadi Penurunan penjualan produk kosmetik Mustika Ratu terjadi karena beberapa faktor diantaranya persaingan dengan produk import dan produk kosmetik lokal baik dengan pemain lama seperti Wardah dengan image halalnya yang berhasil menguasai pangsa pasar kosmetik lokal di Indonesia, sari ayu yang juga pemain lama dengan kekhasan produk berbahan natural, serta produk baru seperti make over dan emina yang menarget kaum milenial, dan produk kosmetik yang diluncurkan oleh artis dan beauty Vloger, hal tersebut menyebabkan konsumen mendapat banyak pilihan untuk memutuskan membeli produk kosmetik yang ia inginkan (Sumber: bisnistempo, 2017). Selain itu, penurunan penjualan juga bisa menunjukkan adanya masalah pada pasar atau produk, yang meningkatkan risiko keuangan perusahaan, merusak persepsi kreditor, dan mengurangi kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan untuk bertahan dan tumbuh.

Masalah yang terjadi pada PT Mustika Ratu Tbk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diduga menjadi salah satu penyebab fluktuasi kinerja keuangan perusahaan, di antaranya Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan, dan *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) untuk dianalisis, dalam upaya meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan (Brigham & Houston, 2019).

Arus Kas Operasi memainkan peran krusial dalam menjaga kesehatan keuangan perusahaan, terutama dalam memastikan kelangsungan aktivitas operasional tanpa ketergantungan pada sumber pendanaan eksternal. Dalam industri kosmetik yang kompetitif, seperti PT Mustika Ratu Tbk, kestabilan arus kas operasi menjadi faktor utama dalam mendukung efisiensi pengelolaan aset dan pengendalian biaya operasional. Arus kas yang positif memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan likuiditas, membiayai operasional, serta mengalokasikan dana pada aset yang produktif guna meningkatkan laba. Pengelolaan kas yang efisien tidak hanya menekan biaya produksi dan distribusi tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan margin keuntungan. Seiring dengan meningkatnya laba bersih, efektivitas pemanfaatan aset juga turut meningkat, yang pada akhirnya tercermin dalam *Return on Assets* (ROA). Sebaliknya, jika arus kas operasi tidak optimal, perusahaan berisiko mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek, meningkatkan ketergantungan pada pinjaman, serta menanggung beban bunga yang lebih besar, yang pada akhirnya dapat menekan profitabilitas dan menurunkan ROA. Oleh karena itu, strategi pengelolaan arus kas yang baik menjadi elemen fundamental

bagi perusahaan dalam menjaga stabilitas keuangan, meningkatkan daya saing, serta memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator utama dalam menilai kinerja perusahaan, karena mencerminkan efektivitas strategi pemasaran dan daya saing di pasar. Dalam industri kosmetik yang kompetitif seperti PT Mustika Ratu Tbk, peningkatan penjualan menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis dan menciptakan laba. Namun, pertumbuhan penjualan yang tidak diimbangi dengan efisiensi operasional dapat menyebabkan peningkatan biaya yang lebih besar daripada pendapatan tambahan yang diperoleh, sehingga tidak selalu berdampak positif pada profitabilitas. Jika pertumbuhan penjualan dikelola dengan baik, perusahaan dapat memanfaatkan asetnya secara optimal untuk meningkatkan laba dan mendorong kenaikan *Return on Assets* (ROA). Sebaliknya, jika peningkatan penjualan disertai dengan biaya produksi dan pemasaran yang tidak terkendali, maka margin keuntungan akan menurun, yang berdampak negatif pada ROA. Selain itu, fokus yang berlebihan pada ekspansi penjualan tanpa strategi pengelolaan aset yang efisien dapat meningkatkan risiko keuangan, seperti penggunaan utang yang lebih besar atau aset yang kurang produktif. Oleh karena itu, meskipun pertumbuhan penjualan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan pendapatan, efektivitas pengelolaan biaya dan aset harus tetap menjadi prioritas agar peningkatan penjualan benar-benar memberikan dampak positif terhadap ROA dan memastikan profitabilitas yang berkelanjutan.

Interest Coverage Ratio (ICR) merupakan indikator penting dalam menilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban bunga utang dari laba operasional yang dihasilkan. Rasio ini mencerminkan stabilitas keuangan perusahaan, terutama dalam industri yang memiliki tingkat persaingan tinggi seperti PT Mustika Ratu Tbk. ICR yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki laba operasional yang cukup untuk membayar bunga utang, sehingga risiko gagal bayar lebih rendah dan fleksibilitas keuangan lebih tinggi (Kasmir, 2019). Kondisi ini akan meningkatkan efisiensi dalam penggunaan aset, yang akhirnya berkontribusi pada peningkatan *Return On Asset* (ROA). *Interest Coverage Ratio* (ICR) berperan sebagai indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bunga dari utangnya. Jika ICR tinggi, perusahaan memiliki kapasitas yang baik untuk membayar bunga, sehingga risiko finansialnya lebih rendah yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan ROA (Brigham & Houston, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa PT Mustika Ratu Tbk mengalami fluktuasi kinerja keuangan, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan, dan *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap kinerja perusahaan yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan dan *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap *Return On Assets* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, penulis mengidentifikasi masalah yang menjadi fokus penelitian ini sebagai gambaran umum dari ruang lingkup penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan, *Interest Coverage Ratio* (ICR) dan *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.?
2. Bagaimana pengaruh Arus Kas Operasi terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.?
3. Bagaimana pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.?
4. Bagaimana pengaruh *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.?
5. Bagaimana pengaruh Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan, dan *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan, *Interest Coverage Ratio* (ICR) dan *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.

2. Pengaruh Arus Kas Operasi terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.
3. Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.
4. Pengaruh *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.
5. Pengaruh Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan, dan *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap *Return On Asset* (ROA) pada PT Mustika Ratu Tbk.?

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan serta penerapannya, sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur terkait faktor-faktor yang memengaruhi *Return On Asset* (ROA) serta memberikan wawasan mengenai pengaruh Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan dan *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap *Return On Asset* (ROA)

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi referensi yang memberikan informasi dalam mengembangkan serta menambah wawasan penelitian terkait pengaruh Arus Kas Operasi, Pertumbuhan Penjualan dan *Interest Coverage Ratio* (ICR) terhadap *Return On Asset* (ROA), khususnya

dalam konteks PT Mustika Ratu Tbk, yang dapat mendukung kegiatan akademik.

- b. Bagi investor, penelitian ini dapat menyediakan informasi yang berguna dalam analisis fundamental untuk membantu pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT Mustika Ratu Tbk, yang dapat diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia di www.idx.co.id, serta situs resmi perusahaan PT Mustika Ratu Tbk di www.mustika-ratu.co.id.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Oktober 2024 sampai Mei 2025. Yang dapat dilihat pada lampiran di halaman 95 .