

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini perusahaan berkembang seperti Indonesia diuntut untuk terus memperbaiki perekonomian. Melalui Menteri Koordinator Perekonomian pemerintah ingin menyampaikan bahwa pemerintah ingin menjadikan sektor industri manufaktur sebagai tulang punggung perekonomian. Hal ini disebabkan karena industri manufaktur berperan penting dalam upaya menggenjot nilai investasi dan ekspor sehingga menjadi sektor andalan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional sekaligus sebagai pembuka lapangan kerja yang efektif (Nasir, 2020).

Perkembangan dunia usaha semakin pesat, hal ini ditunjukkan dengan munculnya berbagai jenis usaha baru yang saling berkompetisi untuk menciptakan ide-ide baru dengan kualitas baik dan bervariasi. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan harus melakukan perubahan dan perbaikan terhadap kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang berkualitas, serta dapat mencapai dan meningkatkan kemampuan usaha untuk menghasilkan keuntungan (Yaningwati, 2013).

Keberlangsungan dalam usaha merupakan hal utama untuk menetapkan pedoman dalam suatu usaha. Dalam akuntansi, keberlangsungan atau *going concern* adalah sebuah asumsi dalam penyajian laporan keuangan. Hal ini menunjukkan konsistensi dalam mencapai keuntungan dan dapat mencegah kebangkrutan (Eva et al., 2023).

Dunia usaha harus menjaga kinerja keuangan, termasuk pengelolaan aset dan pengukuran perusahaan untuk menghindari kerugian, juga untuk meningkatkan kepercayaan investasi. Menghindari kerugian atau penurunan laba perusahaan harus melakukan kinerja keuangan yang stabil, salah satunya dengan pengelolaan aset yang tepat 1 Vol 20 No.2 dan penggunaan utang maupun ekuitas yang baik. Hal itu dapat

diraih dengan melihat pengaruh *debt to equity ratio* dan *firm size* terhadap *return on asset* (Setiawati & Lim, 2024).

Industri kosmetik di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif selama lima tahun terakhir, khususnya pada periode 2019 hingga 2024. Berdasarkan data kementerian perindustrian, industri kosmetik termasuk dalam sektor manufaktur yang tetap tumbuh meskipun sempat terdampak pandemic COVID-19. Nilai ekspor kosmetik Indonesia tercatat meningkat (kementerian perindustrian, 2023).

Industri kosmetik dalam negeri mendapat tantangan dengan adanya produk kosmetik impor dipasar domestik. Apalagi pada zaman sekarang banyak sekali kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang lagi viral dan ini menyebabkan perusahaan kosmetik lokal terutama yang sudah *go public* semakin meningkatkan persaingan didalam mengembangkan potensi jual yang tinggi agar tetap eksis tersebar luas dipasaran masyarakat (Margareth, 2017).

Industri kosmetik dan peralatan rumah tangga mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, kesadaran akan perawatan diri, dan perubahan gaya hidup. Perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga merupakan bagian dari salah satu sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia yang bergerak pada bidang usaha, seperti kosmetik, wangi-wangian, perawatan rambut, makan dan minuman, perawatan rumah, serta perawatan tubuh (Indiarsusilo & Zulkifli, 2023).

Pentingnya laporan keuangan merupakan sarana mempertanggung jawabkan apa yang dilakukan oleh manajer atas sumber daya pemilik. Salah satu parameter penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah laba. Negara Indonesia, perusahaan yang terdaftar di BEI diwajibkan untuk mempublikasikan laporan keuangannya, yang mencakup informasi mengenai pendapatan, laba, asset dan kewajiban (Simamora, 2023).

Kinerja keuangan perusahaan merupakan tingkat prestasi (kerja) hasil nyata yang digunakan untuk tercapainya hasil positif atau hasil dari banyak keputusan yang dibuat oleh manajemen untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektifitas menurut (Djarwanto, 2008). Mengingat pentingnya kinerja keuangan dan prestasi perusahaan, maka wajib perusahaan untuk menjaga kinerja keuangan selalu dalam keadaan stabil.

Kinerja keuangan pada penelitian ini diukur dengan rasio *profitabilitas (ROA)* sebagai indikator pengukuran keberhasilan perusahaan. Rasio *profitabilitas* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Analisis *ROA* atau *return on asset* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu (hanafi & halim, 2016).

Rasio profitabilitas bahkan menunjukkan ukuran dari tingkat efektivitas manajemen dalam perusahaan. Hal tersebut dibuktikan oleh keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan serta pendapatan investasi. Jika perusahaan dengan rasio profitabilitas yang meningkat, itu artinya perusahaan itu mempunyai kemampuan keuangan yang cukup dalam pemenuhan untuk kebutuhan operasionalnya (Natasa et al., 2023).

Penggunaan rasio ini karena dapat menunjukkan bagaimana kinerja perusahaan dilihat dari penggunaan keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Suatu perusahaan dikatakan baik apabila dapat beroperasi secara stabil dalam jangka panjang, sehingga perusahaan tidak akan mengalami kesulitan mengembalikan hutang-hutangnya baik jangka panjang maupun jangka pendek (Nasir, 2020).

Dengan menganalisis rasio keuangan perusahaan kosmetik dan peralatan rumah tangga, pihak-pihak yang berkepentingan dapat menentukan posisi perusahaan di pasar. *Return on asset* dapat memberi informasi menarik dan penting, seperti investasi akan memperoleh suatu ketertarikan pada manajer keuangan. Karena setiap perusahaan

harus menengakkan posisi rasio lancar, karena rasio lancar yang baik menunjukkan bahwa perusahaan dapat memenuhi persyaratan jangka pendek (Indiarsusilo & Zulkifli, 2023).

Ukuran perusahaan merupakan gambaran perusahaan yang menunjukkan keberhasilan perusahaan yang dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan digambarkan dengan kepemilikan total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata. Semakin besar tingkat ukuran perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat utang yang digunakan dengan tujuan untuk mengembangkan ukuran perusahaan. Faktor-faktor utama yang dianggap dapat mempengaruhi ukuran perusahaan diantaranya besarnya total aktiva, besarnya hasil penjualan, dan besarnya kapitalisasi pasar (Luckieta et al., 2021).

Ukuran perusahaan mempunyai peranan penting dalam persaingan usaha melalui pengurangan biaya perusahaan serta adanya peningkatan skala produksi sehingga mempunyai lebih banyak peluang, dimana peluang-peluang tersebut harus disertai dengan pengelolaan manajemen yang baik sehingga perusahaan dapat memperbesar tingkat laba. Ukuran perusahaan ditunjukkan dengan total aset, total penjualan, jumlah karyawan, dan faktor lainnya (Hermanto & Dewinta, 2023). Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah total aset atau aktiva dari perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan yang besar belum tentu memberikan jaminan atas tingginya kinerja keuangan. Beberapa penelitian menemukan bahwa perusahaan dengan besar justru memiliki ROA yang rendah akibat tingginya biaya operasional (Rahmawati, 2021). Faktor lain yang perlu diperhatikan adalah biaya operasional. Biaya yang besar untuk iklan, distribusi, dan administrasi seringkali menjadi beban yang dapat mengurangi laba perusahaan. Penelitian (Jannah et al., 2021) menunjukkan bahwa biaya operasional yang tinggi memiliki pengaruh terhadap profitabilitas, karena mempersulit perusahaan dalam mengoptimalkan aset yang dimiliki.

Faktor-faktor utama yang dianggap dapat mempengaruhi ukuran perusahaan diantaranya besarnya total aktiva, besarnya hasil penjualan, dan besarnya kapitalisasi pasar. Perusahaan yang mempunyai ukuran perusahaan lebih besar, maka secara otomatis memiliki akses yang lebih besar untuk mendapatkan sumber dana dari berbagai sumber bahkan dapat memperoleh pinjaman dari kreditur dengan lebih mudah. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar juga dianggap memiliki tingkat profitabilitas lebih baik untuk dapat memenangkan persaingan pasar (Luckieta et al., 2021).

Industri kosmetik Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari BPOM dan kementerian perindustrian, jumlah industri kosmetik meningkat dari 797 perusahaan pada tahun 2018 menjadi lebih dari 900 perusahaan pada 2023, didorong oleh peningkatan permintaan terhadap produk kecantikan lokal maupun internasional (kemenperin, 2023). Namun demikian tidak semua perusahaan kosmetik mampu menunjukkan kinerja keuangan yang optimal, meskipun terdapat peningkatan penjualan pada beberapa perusahaan, namun tidak diikuti dengan laba bersih yang signifikan.

(Nasir, 2020) melakukan penelitian dengan judul pengaruh *leverage*, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap *profitabilitas*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2018. Hasil penelitian menunjukkan juga ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan rokok yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2018.

(Azzahra & Wibowo, 2019) melakukan penelitian dengan judul pengaruh *firm size* dan *leverage ratio* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan pertambangan. Hasil penelitian Firm Size (Ln Total Aset) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA).

Pertumbuhan penjualan merupakan ukuran mengenai kondisi kestabilan keuangan suatu perusahaan. Perusahaan pastinya menginginkan pertumbuhan penjualannya tetap stabil atau bahkan meningkat dari tahun ke tahun. pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa permintaan barang dagang mengalami peningkatan, hal itu menyebabkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit semakin tinggi. kenaikan penjualan menunjukkan persentase kenaikan penjualan tahun ini dibanding dengan tahun lalu. Semakin tinggi rasio pertumbuhan penjualan maka semakin baik (Widhi & Suarmanayasa, 2021).

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil dalam menjalankan strateginya. Perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi tentunya tidak memerlukan dana yang tidak sedikit untuk membiayai aktivitas operasional perusahaannya. Pertumbuhan perusahaan yang lebih tinggi lebih disukai untuk mengambil keuntungan pada investasi yang memiliki prospek baik. Semakin besar penjualan yang diharapkan semakin besar profitabilitas perusahaan(Widhi & Suarmanayasa, 2021)

Salah satu faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan yaitu penjualan. Penjualan merupakan kriteria penting untuk menilai profitabilitas perusahaan dan merupakan indikator utama atas aktivitas perusahaanKoefisien regresi pertumbuhan penjualan yang negatif menunjukkan bahwa semakin meningkat pertumbuhan penjualan maka profitabilitas yang diperoleh perusahaan akan menurun (Sembiring, 2020).

(Yusril, 2025) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. Hasil penelitian Pertumbuhan penjualan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap variabel profitabilitas. Serta variabel ini memberi gambaran yang kuat terhadap variabel profitabilitas pada perusahaan manufaktur

subsektor makanan dan minuman yang mengalami fluktuasi laba semasa periode 2019-2023.

(Apriliawati et al., 2023) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh DAR, *Sales Growth & Firm Size* Terhadap ROA Perusahaan Subsektor Apparel & Luxury Goods BEI (2017-2019). Hasil penelitian Secara persial dan simultan Sales Growth, tidak ada pengaruh terhadap profitabilitas. kurang maksimal untuk meningkatkan labanya, sehingga dapat dikatakan pertumbuhan penjualan dalam penelitian ini tidak dapat mempengaruhi pertumbuhan yang dialami oleh masing-masing perusahaan yang seharusnya semakin besar penjualan dan aset maka akan semakin besar juga rasio dari ROA tersebut.

Biaya Operasional atau biaya usaha (*Operating Expenses*) adalah biaya biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasional perusahaan sehari-hari Dalam aktivitasnya, perusahaan tentu mengeluarkan biaya khususnya biaya operasional dimana harus menganalisis yang mempengaruhi kenaikan biaya operasional serta mengendalikan faktor yang dianggap dapat menurunkan perolehan laba, agar laba yang diperoleh suatu perusahaan di tahun yang akan datang tidak mengalami penurunan. Laba yang diperoleh perusahaan tidak lepas dari kekayaan yang dimiliki suatu perusahaan (Dakhi & Waoma, 2019).

(Kade et al., 2023) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Batubara. Hasil penelitian biaya operasional penjualan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap profitabilitas.

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti adalah *pertama*, penelitian Nasir (2020) dengan judul pengaruh leverage, pertumbuhan penjualan, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas yang membedakan dengan penelitian Nasir, (2020) adalah pada variabel independen. *Kedua* penelitian (viona wijaya, 2024) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Intervening (Studi Perusahaan Manufaktur Yang Tedaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2018-2022) yang membedakan dengan penelitian (viona wijaya, 2024) adalah pada variabel dependen. Karena penelitian

tersebut ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu likuiditas. *Ketiga* penelitian (Kade et al., 2023) dengan judul Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Sektor Batubara yang membedakan dengan peneliti (Kade et al., 2023) pada variabel independen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh berbagai faktor kinerja keuangan untuk menganalisis pengaruh Firm size, pertumbuhan penjualan dan biaya operasional terhadap kinerja keuangan perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI periode 2019-2024.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “DETRMINAN KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN KOSMETIK YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2024”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA) pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2024?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA) pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2024?
3. Apakah biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan (ROA) pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan (ROA) pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2024?

2. Untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap kinerja keuangan(ROA) pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2019-2024.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya operasional terhadap kinerja keuangan perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2019-2024.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat bagi pihak pihak yang berkepentingan, secara terperinci manfaat penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dan menambah informasi khususnya mengenai “faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan”.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan Ketika melakukan investasi pada perusahaan kosmetik yang terdaftar di bursa efek Indonesia, guna melihat apakah perusahaan tersebut berada pada kondisi kinerja keuangan yang bai kata tidak.

3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan dari hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi dan sebagai acuan dalam penelitian yang sama dimasa yang akan datang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan.