BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era kemajuan gaya hidup kontemporer, masyarakat Indonesia semakin menekankan aspek penampilan, meliputi mode, aksesori, serta pemanfaatan kosmetik. Kosmetik kini tidak lagi berfungsi sebagai elemen tambahan semata, melainkan telah bertransformasi menjadi kebutuhan pokok, terutama bagi kaum perempuan. Lebih lanjut, produk kosmetik saat ini telah mengalami ekspansi untuk melayani segmen pria, bayi, dan anak-anak, sejalan dengan peningkatan kesadaran tentang perawatan diri di berbagai lapisan masyarakat (Pranoto et al., 2022). Perubahan pola hidup ini secara signifikan memacu pertumbuhan industri kosmetik, sehingga menarik minat para investor.

Pertumbuhan industri kosmetik saat ini ditandai dengan meningkatnya jumlah perusahaan yang menawarkan berbagai jenis produk dan merek (Wahyudi & Suriyanti, 2020). Perkembangan ini didukung oleh tren pertumbuhan positif di pasar kosmetik Indonesia. Pada tahun 2021, total pendapatan mencapai $1,31 miliar (Rp21,45 triliun) dan diproyeksikan meningkat sekitar 48% menjadi $1,98 miliar (Rp31,77 triliun) pada tahun 2024 (Statista, 2024). Tren kenaikan ini diperkirakan akan berlanjut hingga tahun 2028, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 5,25% (Waluyo, 2024).

Jumlah pelaku usaha di industri kosmetik Indonesia mengalami peningkatan signifikan sebesar lebih dari 77% antara tahun 2020 hingga 2024, bertambah dari 726 menjadi 1.292 entitas usaha. Sebagian besar bisnis tersebut merupakan usaha mikro dan kecil yang mencapai 83%, sementara sisanya adalah usaha menengah dan besar sebesar 17%. Selain itu, pelaku usaha kosmetik nasional mulai melakukan ekspansi untuk memperluas jangkauan pasar hingga tingkat internasional (Bisnisia.id, 2025).

Data dari Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mencatat bahwa sektor kosmetik menunjukkan pertumbuhan signifikan pada tahun 2020, dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 1,92% dan pertumbuhan industri kimia, farmasi, serta obat tradisional—yang mencakup kosmetik—sebesar 9,39%. Sementara itu, menurut BPS, sektor tersebut tumbuh 5,59% pada kuartal I 2020. Di tengah pandemi Covid-19, industri ini tetap berkontribusi terhadap devisa negara melalui ekspor yang mencapai USD 317 juta (sekitar Rp 4,44 triliun), meningkat 15,2% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

Fenomena utama yang sedang terjadi pada industri kosmetik di Bursa Efek Indonesia adalah pertumbuhan yang sangat pesat di sektor kosmetik lokal, yang didorong oleh meningkatnya permintaan domestik, perubahan perilaku konsumen, serta ekspansi pasar ekspor. Kondisi ini memberikan peluang yang signifikan bagi emiten di sektor tersebut untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kinerja finansial.

Industri kosmetik nasional menunjukkan pertumbuhan substansial meskipun di tengah tantangan dinamika perekonomian global. Nilai pasar

kosmetik dan produk perawatan pribadi di Indonesia diperkirakan menembus Rp 158 triliun pada tahun 2025, dengan prediksi pendapatan industri mencapai US$9,7 miliar tahun tersebut. Pertumbuhan ini didorong oleh beberapa faktor, antara lain: 1.Transformasi perilaku konsumen yang semakin menganggap perawatan diri sebagai kebutuhan utama, tidak hanya terbatas pada perempuan, tetapi juga meluas ke segmen pria yang kini turut aktif menggunakan produk. 2. Peningkatan kualitas dan inovasi produk lokal yang dilakukan secara berkelanjutan, sehingga merek-merek kosmetik Indonesia mampu bersaing di pasar internasional dan memperkuat ekspor.

Perusahaan yang tergabung dalam subsektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga bersaing satu sama lain dalam mengembangkan berbagai produk dan merek guna memaksimalkan keuntungan. Persaingan ini mendorong setiap perusahaan untuk menghasilkan produk yang lebih unggul dan berkualitas dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu, diperlukan kinerja optimal dari seluruh elemen perusahaan guna mendorong pertumbuhan dan kemajuan bisnis secara berkelanjutan.

Dalam menghadapi dinamika perekonomian di era globalisasi, perusahaan dituntut untuk mampu bertahan dan berkembang di tengah intensitas persaingan bisnis yang semakin ketat. Kondisi ini mengharuskan para pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja dan menetapkan tujuan strategis di setiap aspek persaingan guna menjaga kelangsungan hidup perusahaan serta mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Salah satu indikator penting dalam menilai daya saing industri adalah daya tarik bisnis (Setiawan & Cahyono, 2019), yang dapat diukur melalui tingkat profitabilitas. Profitabilitas

mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang menjadi perhatian utama bagi investor dan kreditor dalam menilai prospek keuntungan perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula daya tarik perusahaan di mata investor untuk menanamkan modalnya.

Keberlangsungan bisnis perusahaan manufaktur, khususnya di subsektor kosmetik, barang keperluan rumah tangga yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, tidak hanya bergantung pada efisiensi dalam proses produksi maupun kemampuan menjual produk dengan harga yang kompetitif (Amang et al., 2023). Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan perlu menerapkan strategi seperti peningkatan kualitas layanan, penetapan harga yang tepat, optimalisasi kegiatan penjualan, serta promosi yang efektif guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Oleh karena itu, laba yang diperoleh selama periode akuntansi menjadi aspek krusial dalam mengukur tingkat profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya mencerminkan daya saing dan kinerja keuangannya (Hamdiah et al., 2022).

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan aktivitas bisnisnya,seperti penjualan dan pengelolaan asset (Brigham & Houston;Maryanti Et Al.,2023). selain itu likuiditas adalah kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek sehingga menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan (Munawir,2017;Wild Et Al .,2017).Rasio seperti *Current Ratio* sering di gunakan untuk mengukur likuiditas;nilai yang rendah dapat memperbesar rasio keuangan dan

berdampak negatif pada profitaboilitas (Rizki,2019 ; Setiawan & Suwaidi,2022)

Beberapa penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas menunjukkan hasil yang bervariasi. Penelitian yang dilakukan oleh Ilyas (2024) dengan judul *Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia* menunjukkan bahwa Debt to Equity Ratio (DER) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Return on Equity (ROE). Sementara itu, Debt to Assets Ratio (DAR) memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap ROE, dan Current Ratio (CR) memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap ROE.

Penelitian serupa dilakukan oleh Anggraini dan Hariyanto (2023) dengan judul *"Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2020"*. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa DER berpengaruh positif dan signifikan tesrhadap ROE, sedangkan CR dan DAR memberikan pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap ROE.

Fadilah (2022), dalam penelitiannya yang berjudul *"Pengaruh Struktur Modal terhadap Profitabilitas Perusahaan Ritel yang Terdaftar di BEI"*, menemukan bahwa DAR memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap ROE, sedangkan DER menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap ROE.

Berdasarkan sejumlah penelitian sebelumnya, terdapat perbedaan temuan yang signifikan. Penelitian oleh Pangesti et al. (2022) menyimpulkan bahwa

struktur modal berpengaruh terhadap profitabilitas, bertentangan dengan hasil penelitian Made et al. (2021) yang menyatakan bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas. Di sisi lain, penelitian oleh Syahryoga dan Wijayanti (2024) menemukan bahwa likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas, sementara penelitian oleh Rahmawati et al. (2023) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas. Variasi temuan dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan adanya ketidakpastian dalam memahami hubungan antara struktur modal dan likuiditas dengan tingkat profitabilitas, khususnya pada perusahaan di subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu, terdapat variasi hasil yang signifikan, yang kemungkinan besar disebabkan oleh perbedaan dalam seleksi sampel dan pendekatan metodologi yang diterapkan pada setiap studi. Oleh karena itu, penulis mengajukan proposal penelitian berjudul "Pengaruh Struktur Modal dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Kosmetik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan pada penelitian ini ialah :

1. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024?

2. Bagaimana pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024?
3. Bagaimana pengaruh struktur modal dan likuiditas secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini Adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.
2. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.
3. Untuk mengetahui pengaruh struktur modal dan likuiditas secara simultan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024.

1.4 Paradigma Penelitian

Menurut Sugiyono (2024), paradigma diartikan sebagai pola pikir yang menujukan hubungan antara variabel yang akan di teliti yang sekaligus mencermeninkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian,teori yang di gunakan untuk merumuskan hipotesis,jenis dan jumlah hipotesis,dan teknik analisis statistik yang akan di gunakan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Paradigma ini berasumsi bahwa realitas dapat diamati secara objektif melalui data empiris yang berbentuk angka dan dapat diukur secara sistematis. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh struktur modal dan likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur subsektor kosmetik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, dengan menggunakan data keuangan historis sebagai dasar pengumpulan informasi**.**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berlandaskan pada paradigma positivistik. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel yang telah ditentukan secara objektif dan terukur.

Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang didasarkan pada paradigma positivistik, di mana peneliti berperan sebagai pengamat yang independen dan tidak memberikan pengaruh terhadap variabel yang diteliti. Pendekatan ini menekankan penggunaan instrumen penelitian yang terstandar, seperti kuesioner atau data sekunder, untuk memperoleh data kuantitatif. Proses penelitian dilakukan melalui pengujian hipotesis yang dibangun dari teori yang relevan, kemudian dianalisis secara statistik guna menghasilkan kesimpulan yang objektif.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan teori manajemen keuangan, khususnya mengenai pengaruh struktur modal dan likuiditas terhadap profitabilitas. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam konteks perusahaan manufaktur subsektor kosmetik .

2. Manfaat Akademis

   Secara akademis, penelitian ini memberikan tambahan referensi empiris bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti dalam bidang keuangan dan manajemen. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai bahan kajian, sumber data, dan acuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel serupa maupun sektor industri lainnya.

3. Manfaat Praktis

   Secara praktis, penelitian ini memberikan masukan yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan dalam merancang strategi struktur modal dan pengelolaan likuiditas untuk meningkatkan profitabilitas. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat dan terinformasi.

1.6 Ruang Lingkup

Penelitian ini secara khusus memusatkan perhatian pada pengaruh struktur modal dan likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang beroperasi di subsektor kosmetik. Objek penelitian terdiri dari perusahaan-

perusahaan tersebut yang terdaftar dan aktif di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama rentang waktu penelitian, yakni tahun 2020–2024. Dalam penelitian ini, struktur modal dan likuiditas berperan sebagai variabel independen yang diukur untuk mengetahui pengaruhnya terhadap profitabilitas sebagai variabel dependen. Adapun ruang lingkup penelitian ini dibatasi hanya pada perusahaan manufaktur dalam subsektor yang disebutkan, serta tidak memasukkan perusahaan dari sektor atau subsektor lain. Selain itu, penelitian ini tidak mempertimbangkan faktor-faktor eksternal lain seperti kondisi makroekonomi, kebijakan pemerintah, atau faktor internal selain struktur modal dan likuiditas yang juga dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan.