

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pandemi *Covid-19* memberikan dampak yang signifikan ke berbagai sektor kehidupan masyarakat salah satunya perekonomian. Perekonomian Indonesia mengalami perkembangan yang kian meningkat dan tentunya pernah mengalami penurunan yang diakibatkan pandemi tersebut. Badan Pusat Statistik (BPS) pada *website* bps.go.id mencatat tahun 2016-2018 perekonomian Indonesia mengalami peningkatan secara terus menerus dari 5,02% hingga 5,17%. Kemudian pada tahun 2019-2020 perekonomian Indonesia mulai mengalami penurunan dan mengalami kontraksi sebesar 2,07%. Kondisi perekonomian yang menurun tersebut salah satunya dilatarbelakangi oleh kesulitan keuangan perusahaan. Kementerian Ketenagakerjaan RI (Kemnaker.go.id) juga mengemukakan sekitar 88% perusahaan terdampak pandemi mengalami penurunan laba hingga kerugian. Hal tersebut juga dirasakan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga di Indonesia.

Industri kosmetik dan keperluan rumah tangga disamping mengalami penurunan laba juga tengah mengalami persaingan yang kian meningkat. Kementerian Perindustrian mencatat pada tahun 2017 industri kosmetik tumbuh dari 6,35% hingga 7,36%. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan kosmetik yang baru didirikan. Bahkan di tengah pandemi pun sebenarnya

industri kosmetik dan keperluan rumah tangga tetap melakukan perkembangan dengan saling meluncurkan produk-produk baru yang dipasarkan untuk menarik konsumen. Tercatat Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) terdapat kenaikan jumlah perusahaan serta produk kosmetik hingga 20,6% dan sampai tahun 2021 terdapat 819 perusahaan kosmetik dari 760 perusahaan tahun 2017. Maka dari itu maraknya pemasaran produk-produk kosmetik baru menyebabkan perusahaan kosmetik di seluruh kalangan semakin meningkatkan persaingan dengan mengembangkan inovasi baru untuk menunjang eksistensi terhadap masyarakat terkhusus pada masa pandemi. Kondisi tersebut menimbulkan beberapa perusahaan mengalami penurunan laba akibat menjamurnya produk yang tidak dapat mengimbangi persaingan. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata laba perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga di bawah ini :



Sumber : www.idx.co.id (Data telah diolah peneliti tahun 2023).

Gambar 1.1
Rata-Rata Laba (Rugi) Perusahaan Sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga Tahun 2015-2022

Berdasarkan grafik rata-rata laba (rugi) di atas, pada tahun 2015 sampai tahun 2018 perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga mengalami kenaikan rata-rata, sedangkan pada tahun 2019 sampai tahun 2022 perusahaan tersebut mengalami penurunan rata-rata laba secara terus-menerus. Hal ini dipengaruhi oleh laba masing-masing perusahaan yang berfluktuasi bahkan terdapat perusahaan yang mengalami laba negatif atau kerugian. Hal ini dapat dilihat dari data keuangan laba masing-masing perusahaan di bawah ini :

Tabel 1.1
Tingkat Laba Rugi Perusahaan Sub sektor Kosmetik dan Keperluan
Rumah Tangga Tahun 2015-2022
(dalam jutaan rupiah)

TAHUN	ADES	KINO	MBTO	MRAT	TCID	UNVR
2015	32.839	263.031	-14.056	1.045	544.474	5.851.805
2016	55.951	180.602	8.813	- 5.550	162.060	6.390.672
2017	38.242	110.417	- 24.690	- 1.320	179.127	7.004.562
2018	52.958	150.149	- 114.131	- 2.258	173.050	9.109.445
2019	83.885	520.444	- 66.945	131	145.150	7.392.837
2020	135.789	113.697	- 203.215	- 6.767	- 54.777	7.163.536
2021	265.758	105.042	- 148.766	359	- 75.681	5.758.148
2022	363.972	-957.025	42.426	67.812	18.109	5.364.761

Sumber : www.idx.co.id (data telah diolah peneliti tahun 2023).

Dapat dilihat pada tabel di atas, PT. Akasha Wira International (ADES) tahun 2017 mengalami penurunan laba dari tahun 2016 sebesar Rp. 38.242.000.000 kemudian mengalami peningkatan laba kembali secara terus –

menerus hingga tahun 2021. Sama halnya dengan PT. Kino Indonesia Tbk (KINO) pada tahun 2016 dan 2017 mengalami penurunan laba dari 2015 sebesar Rp. 180.602.000.000 dan Rp.110.417.000.000 Kemudian mengalami peningkatan pada tahun 2018-2019, dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2020 – 2021 hingga mengalami laba negatif pada 2022. Sedangkan PT. Martina Berto Tbk (MBTO) pada tahun 2015,2017-2021 telah mengalami laba negatif secara terus menerus. PT. Mustika Ratu Tbk (MRAT) juga lebih banyak mengalami kerugian sepanjang tahun 2016-2021. PT. Mustika Ratu Tbk merugi pada tahun 2016,2017,2018, dan 2020 . PT. Mandom Indonesia Tbk (TCID) pada tahun 2016 mengalami penurunan laba dari tahun 2015 sebesar Rp. 162.060.000.000 dari Rp. 544.474.000.000 Kemudian tahun 2017 mengalami peningkatan laba dari tahun sebelumnya . Namun mengalami penurunan terus menerus pada tahun 2018 dan 2019 hingga mengalami kerugian pada tahun 2020 dan 2021. Dan PT. Unilever Indonesia (UNVR) memiliki laba yang berfluktuasi. Mengalami peningkatan laba pada tahun 2016-2018 dan mengalami penurunan laba dari tahun 2019-2022. Hal ini dipicu dampak pandemi *covid* -19 yang mengakibatkan menurunnya penjualan dan laba perusahaan. PT. UNVR merugi sebesar 3,1% tahun 2020 kemudian tahun 2021 mencapai 19,6% dan tahun 2022 sebesar 6,8% dari tahun sebelumnya.

Penurunan laba pada beberapa perusahaan di atas dapat menghantarkan perusahaan pada kondisi kesulitan keuangan atau *financial distress*. Ketika pertumbuhan industri kosmetik meningkat maka perusahaan berpotensi

memiliki laba yang meningkat. Namun berdasarkan data yang telah diolah terdapat beberapa perusahaan yang mengalami penurunan laba hingga kerugian.

Perusahaan yang merugi dalam jangka panjang dapat mengalami kesulitan keuangan yang berujung pada kebangkrutan. Sama halnya dengan yang diutarakan Platt dan Platt (2002), *financial distress* merupakan tahapan penurunan kondisi keuangan perusahaan sebelum terjadinya kebangkrutan.

Hutauruk, Martinus dkk (2021) juga mengemukakan bahwa apabila suatu perusahaan tidak dapat bersaing dan gagal menghasilkan keuntungan maka perusahaan tersebut berpotensi mengalami kebangkrutan perusahaan. Sedangkan menurut Foster (1986) *financial distress* dapat didefinisikan sebagai situasi dimana suatu perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban keuangan yang jatuh tempo sehingga mengakibatkan kondisi kebangkrutan bagi perusahaan. Menurunnya kondisi keuangan perusahaan tersebut dapat disebabkan karena perusahaan mengalami laba operasional negatif dalam beberapa tahun (Platt dan Platt, 2002). Adapun karena terdapat masalah permodalan, mengalami kerugian penjualan atau tidak mendapatkan laba secara berkala, adanya kewajiban perusahaan yang tak terbayarkan, serta kondisi lainnya yang dapat melatarbelakangi kesulitan keuangan perusahaan.

Kondisi kesehatan keuangan perusahaan di masa mendatang mampu diprediksi secara tepat dengan metode Altman *Z-score*. Metode Altman *Z-score* dikembangkan pertama kali yaitu untuk memahami kemungkinan atau peluang kebangkrutan 2 perusahaan manufaktur publik. Oleh karena itu terdapat variasi metode Altman *Z-score* lain untuk menilai kemungkinan kesulitan keuangan

serta kebangkrutan pada perusahaan swasta dan perusahaan non-manufaktur. Metode tersebut ialah metode Altman *Z-score* modifikasi (Tsvetanov, 2017).

Khairi (2018) mengemukakan metode Altman *Z-score* modifikasi ialah rumus *Z-Score* yang telah dimodifikasi oleh Altman dan rekan-rekannya pada tahun 1995 dengan tujuan agar rumus tersebut dapat digunakan untuk menilai kondisi kesehatan keuangan perusahaan serta probabilitas kebangkrutan di berbagai jenis perusahaan lain, termasuk perusahaan penerbit obligasi, perusahaan manufaktur, dan perusahaan non manufaktur. Jika nilai *Z-score* $< 1,1$ maka suatu perusahaan berada pada zona “*Distress*” yakni memiliki kondisi keuangan perusahaan yang tidak sehat dan berisiko menghadapi kebangkrutan. Sedangkan apabila nilai *Z-score* $> 2,6$ artinya perusahaan tersebut memiliki kondisi keuangan yang sehat dan probabilitas kebangkrutan yang dimiliki perusahaannya rendah atau perusahaan berada pada zona aman dari kebangkrutan.

Untuk menghindari kondisi tersebut perusahaan harus lebih memperhatikan kinerjanya dalam menghadapi persaingan. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam mengelola perusahaan, baik dalam aktivitas penjualan untuk menghasilkan keuntungan atau dalam pengelolaan operasional perusahaannya. Menurut Marota, Asep dan Ayursila (2018), Kondisi baik atau tidaknya keuangan perusahaan dapat dilihat melalui kinerja keuangan yang tercatat pada laporan keuangan perusahaannya, baik dari laporan posisi keuangan atau laporan laba rugi perusahaan dengan menggunakan analisis laporan keuangan.

Analisis laporan keuangan merupakan suatu proses kegiatan identifikasi, pengukuran perbandingan, dan evaluasi laporan keuangan perusahaan. Penganalisisan laporan keuangan dapat dilakukan dengan menghitung rasio keuangan perusahaan. Rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio likuiditas dan rasio profitabilitas.

Rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Jenis rasio likuiditas yang akan dipakai pada penelitian ini ialah rasio lancar atau *Current Ratio* (CR). Hasil perhitungan *current ratio* dapat menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya dengan aktiva lancar yang dimiliki perusahaan. Ketika nilai *current ratio* tinggi maka perusahaan tersebut dapat dikatakan mampu dalam melunasi utang jangka pendeknya.

Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki nilai likuiditas yang beragam dan berfluktuasi. Dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Sumber : data diolah peneliti 2023

Gambar 1.2
Nilai likuiditas perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2015-2022

Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa nilai likuiditas perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga berfluktuasi. Terdapat perusahaan yang memiliki nilai likuiditas tinggi seperti perusahaan PT.Mandom Indonesia Tbk (TCID) dan terdapat perusahaan yang memiliki nilai likuiditas rendah di bawah standar industrinya seperti PT.Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

Rasio profitabilitas ialah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan. Jenis rasio profitabilitas yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Net Profit Margin* (NPM). Semakin tinggi nilai *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan maka kinerja perusahaan tersebut dapat dikatakan efektif dalam memperoleh laba.

Financial distress juga dapat diukur melalui ukuran perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Hery (2018), ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel penting dalam menjelaskan pemilihan metode akuntansi. Ukuran perusahaan merupakan perbandingan yang dapat mengklasifikasikan perusahaan ke dalam perusahaan besar dan kecil melalui perhitungan total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata penjualan, dan jumlah penjualan perusahaan. Sesuai Undang Undang RI No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, ukuran perusahaan dapat dilihat dari klasifikasian total aset serta penjualan tahunan sebagai berikut :

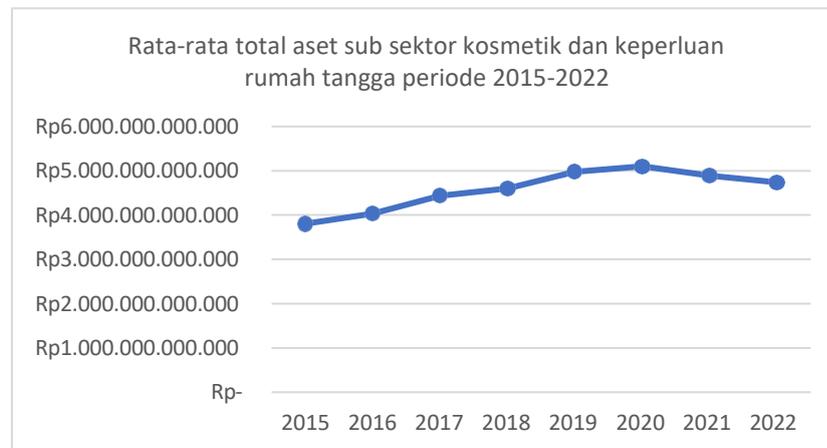
Tabel 1.3
Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Klasifikasi	
	Total Aset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Total Penjualan Tahunan
Usaha mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
Usaha menengah	>500 juta – 10 M	>2,5 M – 50 M
Usaha besar	>10 M	>50 M

Sumber : Peraturan.bpk.go.id UU RI No.20 Tahun 2008

Perusahaan yang masuk ke dalam ukuran perusahaan besar lebih memiliki banyak aset dan mudah untuk melakukan perluasan usaha sehingga dapat memiliki kemampuan yang lebih stabil dalam kinerja keuangannya dan lebih kuat untuk menyelesaikan permasalahan keuangannya. Sedangkan perusahaan kecil sulit untuk melakukan pengembangan usaha dan sulit untuk mendapatkan pinjaman dana.

Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga memiliki total aset yang termasuk ke dalam perusahaan besar. Terlihat pada gambar berikut:



Sumber : www.idx.co.id (data diolah peneliti, 2023)

Gambar 1.3
Rata-rata total aset perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI 2015-2022

Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa total aset yang dimiliki sangat tinggi dan termasuk ke dalam klasifikasi usaha besar. Namun pada perolehan labanya subsektor ini tetap memiliki laba yang tidak stabil dan mengalami penurunan laba secara terus menerus hingga kerugian. Karena usaha besar seharusnya lebih mampu dalam mengurangi kesulitan keuangan yang terjadi.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilatarbelakangi untuk mengkaji kembali hal-hal yang dapat mempengaruhi *financial distress* pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2021. Mengacu pada konteks yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Financial***

Distress Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Periode 2015-2022)”.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas dapat menimbulkan berbagai persoalan sebagai berikut:

- a. Pandemi *covid-19* menimbulkan persoalan kesulitan keuangan bagi perusahaan.
- b. Maraknya perusahaan baru yang meluncurkan produk-produk baru mengakibatkan persaingan di industri kosmetik dan keperluan rumah tangga semakin meningkat.
- c. Laba pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami kondisi yang tidak stabil, penurunan laba hingga kerugian terjadi pada tahun 2019-2022.
- d. Terdapat perusahaan yang memiliki nilai likuiditas rendah sehingga tidak mampu memenuhi kewajibannya.
- e. Total aset yang besar tidak mampu mendorong kestabilan kondisi keuangan perusahaan.

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana likuiditas berpengaruh positif terhadap *financial distress* yang diukur *Z-score* pada perusahaan sub sektor kosmetik

dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022?

- b. Bagaimana profitabilitas berpengaruh positif terhadap *financial distress* yang diukur *Z-score* pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022?
- c. Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *financial distress* yang diukur *Z-score* pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022?
- d. Bagaimana likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap *financial distress* yang diukur *Z-score* pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022?

C. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui besarnya pengaruh likuiditas berpengaruh terhadap *financial distress* yang diukur nilai *Z-Score* pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh profitabilitas berpengaruh terhadap *financial distress* yang diukur nilai *Z-Score* pada perusahaan

sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022.

- c. Untuk mengetahui besarnya pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *financial distress* yang diukur nilai *Z-Score* pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022.
- d. Untuk mengetahui besarnya pengaruh likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *financial distress* yang diukur nilai *Z-Score* pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang telah dikaji peneliti pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2022 ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik manfaat secara ilmiah (akademik) ataupun secara sosial (praktis).

1. Manfaat secara ilmiah (akademik)

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini mampu menambah serta mengembangkan wawasan peneliti dalam manajemen keuangan yang secara khusus terkait dengan pengaruh kinerja keuangan dan ukuran perusahaan terhadap *financial distress* perusahaan.

b. Bagi masyarakat umum

Hasil penelitian ini dapat memberikan dan mengembangkan pengetahuan bagi masyarakat terkait bagaimana melihat kondisi perusahaan melalui analisis laporan keuangan perusahaan dan ukuran perusahaan serta pengaruhnya terhadap *financial distress*.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan terkhusus yang berkaitan dengan kinerja laporan keuangan perusahaan, ukuran perusahaan, dan pengaruhnya terhadapnya *financial distress* perusahaan.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan bahan pertimbangan serta rujukan bagi investor yang akan melakukan penanaman modal di suatu perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.