BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha di Indonesia menunjukkan tingkat persaingan yang semakin tinggi di berbagai sektor industri. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, memperkuat daya saing, serta mengelola sumber daya secara optimal agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya. Dalam situasi persaingan yang semakin kompleks, kinerja keuangan menjadi aspek yang sangat penting karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah dan menghasilkan laba. Analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas menjadi relevan untuk dilakukan, terutama pada sektor-sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional (Anisa & Febyansyah, 2024).

Salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia adalah sektor *consumer goods*. Sektor ini bergerak dalam penyediaan produk kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti makanan dan minuman, rokok, farmasi, kosmetik, barang keperluan rumah tangga, serta peralatan rumah tangga. Karakteristik produk yang bersifat konsumtif dan dibutuhkan secara berkelanjutan menjadikan sektor ini relatif stabil dibandingkan sektor lainnya, bahkan dalam kondisi ekonomi yang kurang kondusif (Syafitri & Junaeni, 2022). Stabilitas permintaan tersebut membuat sektor *consumer goods* menarik bagi investor karena dianggap memiliki prospek jangka panjang dan tingkat risiko yang relatif lebih rendah. Namun demikian, tingginya tingkat persaingan antarperusahaan dalam sektor ini menuntut manajemen untuk mampu mengelola kegiatan operasional secara efektif dan efisien agar tetap mampu mempertahankan kinerja keuangan perusahaan (Ashari & Tahwin, 2024).

Dalam menghadapi persaingan itu, profitabilitas menjadi indikator penting yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional yang dijalankan (Hidayah et al., 2023). Tingkat profitabilitas

menunjukkan sejauh mana manajemen mampu memanfaatkan aset dan sumber daya perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas menjadi salah satu perhatian utama bagi investor dan kreditor dalam menilai prospek serta keberlangsungan usaha suatu perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung dipandang memiliki kinerja keuangan yang baik, mampu memberikan tingkat pengembalian yang menarik, serta memiliki risiko usaha yang lebih rendah dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah (Brigham & Houston, 2003). Oleh karena itu, peningkatan profitabilitas merupakan tujuan penting bagi perusahaan sektor *consumer goods*, karena laba yang optimal tidak hanya mendukung keberlanjutan usaha, tetapi juga memperkuat kepercayaan investor. Sebagai gambaran mengenai kondisi profitabilitas perusahaan *consumer goods*, data *return on assets* (ROA) beberapa perusahaan pada periode 2022-2024 ditunjukkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1
***Return on Assets* Perusahaan Sektor *Consumer Goods* di BEI**

No.	Nama Entitas	2022	2023	2024
1	Unilever Indonesia Tbk.	28,7	27,5	20,6
2	Indofood Sukses Makmur Tbk.	5,1	6,3	6,7
3	Kalbe Farma Tbk.	12,7	10,3	11,0
4	Gudang Garam Tbk.	3,1	6,2	9,8
5	Mayora Indah Tbk.	9,0	13,6	10,4

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan Tabel 1.1, data *Return on Assets* (ROA) beberapa perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024, terlihat adanya fluktuasi kinerja profitabilitas. Unilever Indonesia Tbk. mengalami penurunan ROA dari 28,7% pada tahun 2022 menjadi 20,6% pada tahun 2024. Sebaliknya, Indofood Sukses Makmur Tbk. menunjukkan tren peningkatan dari 5,1% menjadi 6,7%. Kalbe Farma Tbk. mengalami penurunan pada tahun 2023 namun kembali meningkat pada tahun 2024. Gudang Garam Tbk. memperlihatkan peningkatan yang cukup signifikan dari 3,1% menjadi 9,8%, sedangkan Mayora Indah Tbk. mengalami kenaikan pada tahun 2023 tetapi kembali menurun pada tahun 2024. Fluktuasi tersebut menunjukkan bahwa meskipun sektor ini tergolong

stabil, masing-masing perusahaan menghadapi dinamika kinerja yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Profitabilitas perusahaan dipengaruhi oleh banyak hal yang cukup kompleks, mulai dari kebijakan finansial hingga efisiensi operasional di lapangan. Berdasarkan penelitian terdahulu, faktor-faktor yang menentukan tinggi rendahnya laba tidak hanya terbatas pada efisiensi biaya, seperti pertumbuhan penjualan, tetapi juga mencakup karakteristik perusahaan seperti ukuran perusahaan (*firm size*), umur perusahaan, dan efisiensi perusahaan (Anokhin et al., 2026; Ashari & Tahwin, 2024; Lestari & Syahbandar, 2024). Selain itu, pengelolaan modal kerja yang mencakup perputaran kas, perputaran piutang, perputaran utang, dan perputaran persediaan juga teridentifikasi sebagai determinan penting dalam menjaga stabilitas arus kas yang mendukung perolehan laba (Sattuang et al., 2023). Pada dasarnya, kebijakan pendanaan melalui struktur modal dan pengelolaan kewajiban jangka pendek atau likuiditas juga menjadi faktor yang sering kali menentukan kemampuan perusahaan dalam menghadapi fluktuasi ekonomi (Anisa & Febyansyah, 2024; Noviyani et al., 2022).

Dari berbagai faktor tersebut, penelitian ini memilih tiga variabel bebas, yaitu pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, struktur modal, dan likuiditas, dengan mempertimbangkan tingkat kepentingannya dalam sektor *consumer goods*. Pertumbuhan penjualan dipilih karena sektor ini sangat dipengaruhi oleh tingkat konsumsi masyarakat, sehingga peningkatan penjualan menjadi faktor utama dalam menghasilkan laba (Natasya & Dermawan, 2025). Perputaran persediaan juga menjadi variabel penting karena produk *consumer goods* umumnya memiliki siklus yang cepat atau masa kedaluwarsa, sehingga pengelolaan persediaan yang kurang optimal dapat langsung berdampak pada profitabilitas (Wahyuniati & Adi, 2021). Sementara itu, likuiditas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menjaga ketersediaan kas dan aset lancar lainnya untuk mendanai aktivitas operasional guna mendukung pencapaian laba di tengah kondisi ekonomi yang fluktuatif pada periode 2022–2024 (Nguyen et al., 2024). Secara keseluruhan, kombinasi ketiga variabel ini diharapkan dapat

memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terkait kinerja perusahaan dari sisi pemasaran, operasional, dan keuangan dalam menghasilkan laba.

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator yang menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan dari periode ke periode. Pertumbuhan penjualan yang terjadi dari tahun ke tahun mencerminkan peningkatan permintaan terhadap produk perusahaan, yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan memiliki kaitan dnegan kinerja keuangan perusahaan, terutama dalam mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba (Anokhin et al., 2026). Berkaitan dengan hubungan antara pertumbuhan penjualan dan profitabilitas perusahaan, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda, sebagaimana dirangkum di Tabel 1.2.

Tabel 1. 2
Pengaruh Pertumbuhan Penjualan terhadap Profitabilitas

Kelompok Hasil Penelitian	Peneliti
Berpengaruh signifikan	• Anisa Nurul Hidayah, Sri Hermungisih, dan Alfiatul Maulida (2023) • Awalia Syafitri & Irawati Juaneni (2022) • I Gusti Ayu Kade Sri Wahyuniati & I Ketut Yudana Adi (2021)
Tidak berpengaruh signifikan	• Abdurrahman Alga Fiqi & Yentisna (2025) • Silvia Nur Krishna Murthi, Ahmad Subakti, dan Sumardi (2021) • Nanik Lestari dan Novia Vetty Syahbandar (2024)

Berdasarkan Tabel 1.2, beberapa penelitian menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, karena peningkatan penjualan mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan daya saing perusahaan (Hidayah et al., 2023; Syafitri & Junaeni, 2022; Wahyuniati & Adi, 2021). Namun, penelitian lain menemukan hasil yang berbeda, di mana pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas akibat meningkatnya biaya operasional yang tidak diimbangi dengan efisiensi biaya (Fiqi & Yentisna, 2025; Lestari & Syahbandar, 2024; Murthi et al., 2021). Perbedaan

hasil ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak selalu menjadi jaminan meningkatnya profitabilitas perusahaan.

Selain pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan juga menjadi faktor penting dalam menentukan profitabilitas. Rasio perputaran persediaan merupakan instrumen krusial dan standar dalam mengevaluasi efektivitas pengelolaan stok perusahaan. Khususnya dalam sektor *consumer goods*, perputaran persediaan menjadi parameter utama untuk mengukur efisiensi operasional sekaligus menjadi indikator kecepatan penjualan produk di pasar (Alnaim & Kouaib, 2023). Perputaran persediaan yang tinggi mencerminkan efisiensi pengelolaan persediaan dalam aktivitas operasionalnya dan memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar (Sattuang et al., 2023). Berkaitan dengan hubungan antara perputaran persediaan dan profitabilitas perusahaan, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.3 berikut.

Tabel 1. 3
Pengaruh Perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas

Kelompok Hasil Penelitian	Peneliti
Berpengaruh signifikan	• Febby Andriani, Enny Arita, dan Alvin Alfian (2022) • Indah Salsabillah Fa Indra (2025) • I Gusti Ayu Kade Sri Wahyuniati & I Ketut Yudana Adi (2021)
Tidak berpengaruh signifikan	• Anisa Nurul Hidayah, Sri Hermungisih, dan Alfiatul Maulida (2023) • Fida Isti Qur'ani dan Eny Purwaningsih (2022) • Hendra Setiawan, Mellanysha Andria Putri, Muanas, dan Richad Alamsyah (2023)

Berdasarkan Tabel 1.3, beberapa penelitian menunjukkan bahwa perputaran persediaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, karena perputaran yang cepat dapat meminimalkan biaya penyimpanan dan risiko kerusakan barang (Andriani et al., 2022; Indra, 2025; Wahyuniati & Adi, 2021). Namun, hasil penelitian lain memberikan gambaran yang berbeda, di mana perputaran persediaan ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas

(Hidayah et al., 2023; Qur'ani & Purwaningsih, 2022; Setiawan et al., 2023). Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat perputaran persediaan tidak selalu menjamin peningkatan laba jika tidak dibarengi dengan efisiensi biaya dan strategi manajemen aset yang tepat.

Likuiditas juga menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam memengaruhi profitabilitas perusahaan. Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat pada waktunya menggunakan aset lancar yang dimilikinya. Tingkat likuiditas yang memadai menunjukkan ketersediaan kas dan aset lancar lainnya yang siap digunakan untuk mendanai aktivitas operasional guna mendukung pencapaian laba (Nguyen et al., 2024). Berkaitan dengan hubungan antara likuditas dan profitabilitas perusahaan, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda-beda, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.4 berikut.

Tabel 1. 4
Pengaruh Likuiditas terhadap Profitabilitas

Kelompok Hasil Penelitian	Peneliti
Berpengaruh signifikan	• Mohammad Arridho Nur Amin, Gunistiyo, dan Nurul Islamiaty Dasuki (2023) • Fida Isti Qur'ani & Eny Purwanigsih (2022) • Bekti Fatma Sari, Gendro Wiyono, dan Pristin Prima Sari (2023)
Tidak berpengaruh signifikan	• Anisa Nurul Hidayah, Sri Hermungisih, dan Alfiatul Maulida (2023) • Fida Isti Qur'ani & Eny Purwanigsih (2022) • Nanik Lestari dan Novia Vetty Syahbandar (2024)

Berdasarkan Tabel 1.4, beberapa penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, yang mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan likuiditas perusahaan, maka semakin tinggi pula peluang perusahaan dalam meningkatkan profitnya karena ketersediaan modal kerja yang cukup (Amin et al., 2023; Qur'ani & Purwaningsih, 2022; B. F. Sari et al., 2023). Namun, hasil penelitian lain memberikan temuan yang berbeda, di mana likuiditas ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas (Hidayah

et al., 2023; Lestari & Syahbandar, 2024; Syafitri & Junaeni, 2022). Perbedaan hasil ini mempertegas bahwa pengelolaan likuiditas yang optimal sangat diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara keamanan finansial dan efisiensi penggunaan aset guna memaksimalkan profitabilitas perusahaan.

Struktur modal merupakan perbandingan antara penggunaan utang dan modal sendiri dalam membiayai aktivitas perusahaan. Penggunaan struktur modal yang tepat dapat membantu perusahaan memperoleh sumber pendanaan untuk meningkatkan aktivitas operasional dan ekspansi usaha sehingga profitabilitas dapat meningkat. Namun, penggunaan utang yang terlalu tinggi juga dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan akibat beban bunga yang harus ditanggung (Dugulean˘a et al., 2023). Penelitian Arsyada, dkk (2024) menyatakan bahwa struktur modal dapat memoderasi pengaruh profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian Sari, dkk (2022) menyatakan bahwa struktur modal mampu memoderasi profitabilitas dan likuiditas terhadap *financial distress* dengan melemahkan indikasi gejala bangkrut. Maka dari itu, penulis memilih struktur modal sebagai variabel pemoderasi dalam penelitian ini, walaupun masih sedikit penelitian yang menggunakan variabel struktur modal untuk memoderasi hubungan pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan likuiditas terhadap profitabilitas. Sehingga, penulis ingin mengetahui seberapa besar dampak struktur modal mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan antara pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* selama periode 2022-2024.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas dan bedanya variabel yang dimoderasi oleh struktur modal menciptakan celah penelitian (*research gap*) yang memerlukan verifikasi lebih lanjut. Fenomena ini menunjukkan adanya urgensi bagi perusahaan untuk menentukan strategi pengelolaan aset dan pendanaan yang paling tepat dalam menghadapi dinamika pasar yang fluktuatif. Oleh karena itu, penelitian kembali terhadap variabel-variabel tersebut menjadi sangat krusial guna memberikan

gambaran yang lebih akurat mengenai pendorong utama laba perusahaan di masa pemulihan ekonomi saat ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis menilai bahwa penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas perusahaan masih relevan untuk dikaji kembali. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan likuiditas terhadap profitabilitas dengan struktur modal sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini difokuskan pada periode 2022–2024, mengingat periode tersebut mencerminkan kondisi pemulihan ekonomi dan perubahan kinerja keuangan perusahaan setelah pandemi. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah **"Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Perputaran Persediaan, dan Likuiditas terhadap Profitabilitas dengan Moderasi Struktur Modal Perusahaan *Consumer Goods* di BEI Periode 2022-2024"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah pada penelitian ini, maka dapat diidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya fluktuasi profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024 yang menunjukkan belum optimalnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.
2. Temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan likuditas terhadap profitabilitas masih menunjukkan hasil yang belum konsisten.
3. Masih terbatasnya penelitian yang menggunakan struktur modal sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan likuiditas terhadap profitabilitas.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka peneliti melakukan pembatasan ruang lingkup penelitian supaya memperoleh

temuan yang terfokus pada isu utama. Fokus penelitian ini adalah pengaruh pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan likuiditas terhadap profitabilitas dengan struktur modal sebagai variabel moderasi pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode pengamatan laporan keuangan tahunan yaitu 2022-2024. Dalam penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan rasio *return on assets* (ROA), pertumbuhan penjualan diprosikan dengan tingkat pertumbuhan penjualan tahunan, perputaran persediaan diprosikan dengan tingkat frekuensi perputaran persediaan tahunan, dan likuditas diprosikan dengan *current ratio* (CR), serta struktur modal diprosikan dengan *debt to equity ratio* (DER).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembatasan masalah di atas, maka masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
2. Apakah perputaran persediaan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
3. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
4. Apakah struktur modal mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
5. Apakah struktur modal mampu memoderasi pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?
6. Apakah struktur modal mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, dan rumusan masalah di atas, maka diuraikanlah secara rinci tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah struktur modal mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah struktur modal mampu memoderasi pengaruh perputaran persediaan terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah struktur modal mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2022-2024.

1.6 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, baik dalam aspek teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis
   a) Bagi Akademisi

      Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wawasan mengenai pengaruh pertumbuhan penjualan, perputaran persediaan, dan

likuiditas terhadap profitabilitas dengan struktur modal sebagai variabel moderasi pada perusahaan *consumer goods*.

b) Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau pembanding bagi penelitian selanjutnya dengan topik sejenis, serta menjadi dasar untuk pengembangan variabel atau metode penelitian yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen perusahaan *consumer goods* dalam mengelola keuangan secara lebih efektif guna meningkatkan profitabilitas.

b) Bagi Investor

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam menilai kinerja keuangan perusahaan *consumer goods* sebagai dasar pengambilan keputusan investasi.