

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

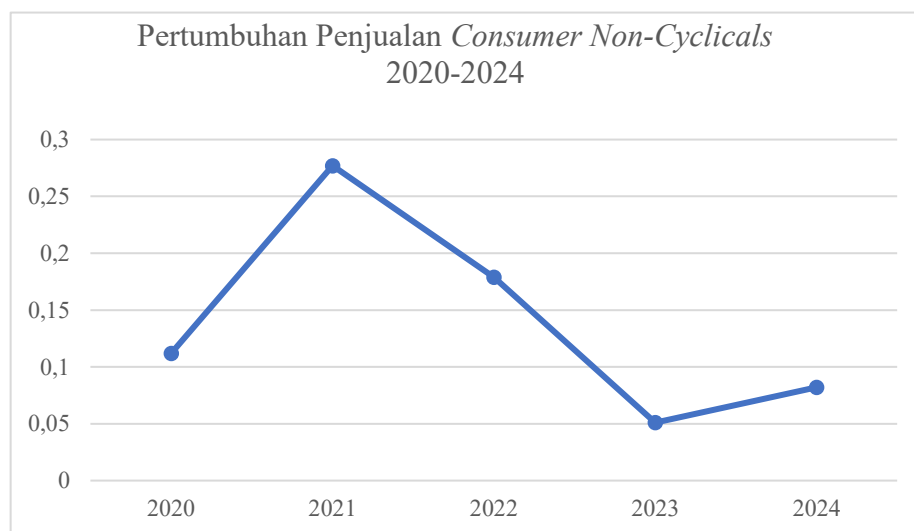
Dalam mendirikan perusahaan, terdapat berbagai target yang harus dicapai agar perusahaan dapat berjalan dengan baik dan berkelanjutan. Salah satu tujuan utama dari berdirinya perusahaan adalah untuk memperoleh profit atau keuntungan yang maksimal sebagai bentuk keberhasilan dari aktivitas operasional yang dilakukan (Zahra *et al.*, 2023). Pada era globalisasi, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi dan mengantisipasi berbagai perubahan kondisi ekonomi agar tetap bertahan dan berkembang, terutama di tengah kondisi perekonomian Indonesia yang cenderung berfluktuasi. Naik turunnya kondisi perekonomian tersebut mendorong perusahaan untuk menyusun strategi yang tepat guna menjaga kelangsungan hidup serta mencapai tujuan perusahaan secara optimal (Haura *et al.*, 2023). Sektor konsumen primer (*consumer non-cyclical*) merupakan salah satu bagian dari industri manufaktur yang menjadi fokus analisis karena ketahanannya terhadap fluktuasi ekonomi, sehingga memungkinkan dilakukannya eksplorasi lebih lanjut terkait strategi peningkatan profitabilitas perusahaan di dalamnya (Sastrasasmita & Imelda, 2023).

Sektor *consumer Non-Cyclicals* atau yang dikenal sebagai barang konsumen merujuk pada barang konsumsi yang bersifat tidak tahan lama dan dibutuhkan untuk penggunaan sehari-hari atau sering, yang langsung digunakan oleh konsumen. Produk ini mencakup kategori kebutuhan pokok, kenyamanan, serta memenuhi permintaan dari seluruh lapisan Masyarakat. Elastisitas harga dan

pendapatan terhadap permintaannya bervariasi antar produk dan konsumen (G Pawar & K Dave, 2021).

Barang-barang yang termasuk dalam sektor *consumer non-cyclicals* memiliki sifat yang tidak terpengaruh langsung oleh siklus ekonomi, karena merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh konsumen, seperti makanan dan produk kebersihan yang tidak tergantikan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadikan sektor tersebut lebih resisten terhadap penurunan daya beli konsumen, meskipun tetap dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti inflasi, perubahan harga bahan baku, dan ketidakpastian ekonomi global (Sastrasasmita & Imelda, 2023). Oleh karena itu, perusahaan di sektor ini dituntut untuk adaptif melalui strategi inovatif, efisiensi operasional, serta pengelolaan fluktuasi daya beli dan preferensi konsumen guna menjaga penjualan serta profitabilitas yang dinamis (Tanantin *et al.*, 2023). Namun, perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* juga dihadapkan pada ketatnya persaingan dan perubahan preferensi konsumen sebagai bagian dari dinamika pasar, di mana pertumbuhan sektor ini di pasar berkembang cenderung moderat karena dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik antara konsumen perkotaan dan pedesaan, mulai dari tingkat pendapatan hingga loyalitas merek sehingga menciptakan dinamika permintaan yang memengaruhi laju pertumbuhan industri secara menyeluruh (Yadav & Bishnoi, 2024). Tantangan tersebut mengharuskan perusahaan tidak hanya mengejar peningkatan penjualan, tetapi juga meningkatkan efisiensi pengelolaan modal kerja dan likuiditas untuk menjaga profitabilitas (Ashara & Hwihanus, 2023). Sebagai gambaran lebih lanjut mengenai dinamika pertumbuhan tersebut, gambar 1.1 berikut menunjukkan tren pertumbuhan

penjualan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* di pasar berkembang selama periode 2020-2023.

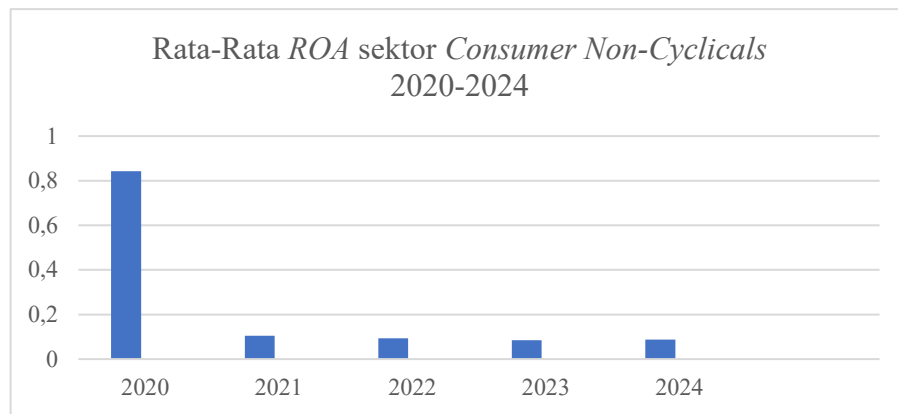


Gambar 1 . 1 Pertumbuhan Penjualan Sektor Consumer Non-Cyclicals

Sumber : Bursa Efek Indonesia (diolah 2026)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan sektor *consumer non-cyclicals* selama periode 2020-2023 mengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun. Pada tahun 2020, tingkat pertumbuhan penjualan masih berada pada level yang relatif rendah, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2021 dan berlanjut hingga tahun 2023. Meskipun demikian, pada tahun 2023 mulai terlihat adanya perbaikan dibandingkan periode sebelumnya, meskipun belum kembali ke tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi. Kondisi ini menggambarkan bahwa dinamika penjualan pada sektor tersebut mengalami tekanan dalam beberapa tahun terakhir, yang mencerminkan adanya perubahan dalam kondisi pasar maupun aktivitas operasional perusahaan.

Grafik rata-rata *Return on Assets* (ROA) menunjukkan gambaran mengenai kondisi profitabilitas perusahaan dalam sektor *consumer non-cyclicals*.



Gambar 1 . 2 Rata-rata ROA sektor Consumer Non-Cyclicals 2021-2024

Sumber : Bursa Efek Indonesia (diolah 2026)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa *Return on Assets* (ROA) perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* mengalami penurunan yang cukup tajam dari tahun 2020 ke tahun 2021. Setelah itu, rata-rata ROA cenderung berada pada tingkat yang rendah dan relatif stabil hingga tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan adanya penurunan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui pemanfaatan aset yang dimiliki. Fluktuasi tersebut mengindikasikan bahwa profitabilitas perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan kinerja keuangannya, sehingga perlu dilakukan analisis lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Profitabilitas menjadi tolak ukur utama untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Tolak ukur ini mencerminkan efisiensi pemanfaatan sumber daya dalam menghasilkan laba dari operasional (Nirawati et al., 2022). Di pasar modal, terutama pada perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) profitabilitas

menjadi landasan pengambilan keputusan strategis bagi investor, analis, dan manajemen (Chusnia & Pujiono, 2024).

Dalam sektor *consumer non-cyclicals* profitabilitas memiliki peran penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. Linggadjaya *et al.* (2024) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan indikator utama yang umumnya diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba. Dewi & Bakhtiar (2024) menambahkan bahwa profitabilitas mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya secara optimal untuk memperoleh keuntungan. Selain itu, Natasya & Dermawan (2025) menjelaskan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan kondisi keuangan yang baik serta kemampuan perusahaan menciptakan nilai ekonomi bagi para pemangku kepentingan. Sejalan dengan itu, Hendra (2024) menyatakan bahwa profitabilitas dapat digunakan untuk menilai efektivitas manajemen dalam mengelola aset perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan *Return on Assets* (ROA) sebagai proksi profitabilitas, di mana semakin tinggi nilai ROA menunjukkan semakin baik kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba (Sihite *et al.*, 2025).

Dalam mengelola aset perusahaan diperlukan pengelolaan kas yang baik, salah satunya melalui *Cash Conversion Cycle* (CCC). *Cash conversion cycle* menunjukkan rentang waktu sejak pengeluaran kas untuk pembelian bahan baku hingga penerimaan kas dari hasil penjualan, di mana semakin pendek siklus tersebut menunjukkan pengelolaan kas yang semakin efisien sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan (Heryanto, 2021). Mandalaputri *et al.* (2021) menyatakan bahwa

efektivitas pengelolaan modal kerja yang diukur melalui *cash conversion cycle* berperan penting dalam meningkatkan profitabilitas. Sejalan dengan itu, Ghofir, (2025) dan Suriawinata *et al.* (2023) menjelaskan bahwa komponen *cash conversion cycle* seperti piutang, persediaan, dan utang usaha, berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA), khususnya pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Selain pengelolaan siklus kas yang efisien, kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan penjualan juga menjadi indikator penting bagi keberlanjutan bisnis jangka panjang (I. P. Dewi & Effriyanti, 2022).

Pertumbuhan penjualan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*. Peningkatan pendapatan tidak hanya menjadi indikasi keberhasilan strategi pemasaran dan penjualan suatu perusahaan, namun juga dapat memberikan efek positif terhadap profitabilitas (I. P. Dewi & Effriyanti, 2022). Pertumbuhan penjualan merupakan indikator permintaan dan kecenderungan perusahaan untuk berhasil dalam industri, dengan menggunakan rasio *sales growth*. Artinya, pertumbuhan penjualan yang tinggi akan menunjukkan peningkatan pendapatan yang signifikan bagi perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* (Andelline & Widjaja, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Amelia *et al.* (2024) menunjukkan bahwa *sales growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas, di mana peningkatan penjualan mampu meningkatkan laba Perusahaan. Sejalan dengan penelitian Maharani *et al.* (2024) menyatakan bahwa *sales growth* menjadi indikator penting dalam menilai kinerja perusahaan karena pertumbuhan penjualan yang

tinggi mencerminkan peningkatan pendapatan yang berpotensi meningkatkan profitabilitas. Hal ini juga sejalan dengan penelitian S. A. Ahmad & Artati (2024) yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, sehingga dapat berdampak pada kondisi keuangan perusahaan. Tetapi, pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi secara langsung terhadap profitabilitas. Faktor lain yang dapat mempengaruhi pertumbuhan penjualan yaitu likuiditas (Rantika *et al.*, 2022).

Likuiditas berperan penting dalam menjaga kelancaran operasional perusahaan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang baik lebih mampu memenuhi kewajiban jangka pendek, mengelola modal kerja, dan menjaga stabilitas keuangan sehingga dapat meningkatkan profitabilitas (Lalithchandra & Rajendhiran, 2021). Febriana *et al.* (2025) menyatakan bahwa likuiditas mencerminkan kondisi keuangan perusahaan melalui keseimbangan antara aset lancar dan kewajiban jangka pendek. Sejalan dengan itu, Sari & Sisdianto (2024) serta Haryati *et al.* (2024) menemukan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap profitabilitas karena mendukung kelancaran operasional dan peningkatan kinerja laba. Dalam penelitian ini, likuiditas diproksikan dengan *Current Ratio* (CR), yang menunjukkan kemampuan perusahaan menjaga stabilitas dan efisiensi operasional untuk mendukung profitabilitas jangka panjang (Manullang *et al.*, 2019).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang berbeda dengan dugaan dalam penelitian ini. Heryanto (2021) menemukan bahwa *cash conversion cycle* (CCC) berpengaruh negatif terhadap profitabilitas, sedangkan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh karena peningkatan penjualan tidak selalu diikuti

kenaikan laba akibat tingginya biaya operasional atau rendahnya margin keuntungan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Deari & Palomba (2024) yang menyatakan bahwa semakin panjang *cash conversion cycle*, semakin rendah profitabilitas perusahaan. Namun, Suriawinata *et al.* (2023) menyatakan bahwa *cash conversion cycle* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena pengaruhnya dipengaruhi oleh efisiensi operasional dan strategi pengelolaan aset masing-masing perusahaan. Selain itu, Agustin & Suryani (2022) serta S. A. Ahmad & Artati (2024) menemukan bahwa *sales growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena peningkatan penjualan belum tentu meningkatkan laba apabila disertai kenaikan biaya operasional, harga pokok penjualan, atau tekanan persaingan. Sementara itu, C. Fransisca *et al.* (2023), Ernanda (2024) menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas karena tingkat likuiditas yang terlalu tinggi dapat mencerminkan adanya dana menganggur yang tidak dimanfaatkan secara produktif.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) terkait pengaruh *cash conversion cycle*, *sales growth*, dan likuiditas terhadap profitabilitas masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh karakteristik sektor, periode penelitian, metode analisis, serta kondisi ekonomi pada saat penelitian dilakukan, termasuk dampak pandemi COVID-19 dan masa pemulihan ekonomi yang memengaruhi aktivitas operasional, penjualan, serta pengelolaan modal kerja perusahaan. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu hanya berfokus pada satu atau dua variabel independen atau dilakukan pada sektor

manufaktur secara umum sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif pada sektor *Consumer Non-Cyclicals*.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dibandingkan penelitian sebelumnya dalam beberapa aspek. Pertama, penelitian ini berfokus pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang memiliki karakteristik permintaan relatif stabil karena menghasilkan barang kebutuhan pokok sehingga pola pengelolaan modal kerja dan profitabilitasnya berpotensi berbeda dengan sektor lainnya. Kedua, penelitian ini menggunakan periode 2020-2024 yang mencakup masa pandemi COVID-19 hingga pemulihan ekonomi yang dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh perubahan kondisi ekonomi terhadap *Cash Conversion Cycle*, *Sales Growth*, likuiditas, dan profitabilitas perusahaan. Ketiga, penelitian ini menyajikan bukti empiris melalui analisis regresi data panel mengenai pengaruh *Cash Conversion Cycle*, *Sales Growth*, dan likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* sehingga diharapkan dapat memperkuat bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi profitabilitas pada sektor tersebut.

Dengan demikian penelitian ini dirancang untuk menjawab kekosongan tersebut dengan menguji Analisis *Cash Conversion Cycle*, *Sales Growth* dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada *Consumer Non-Cyclicals* di BEI. Pendekatan ini penting karena akan memberikan pemahaman empiris yang lebih lengkap mengenai interaksi ketiga variabel tersebut dalam konteks pasar modal Indonesia, serta membantu mengidentifikasi praktik pengelolaan modal kerja dan operasi yang berkorelasi dengan kinerja profitabilitas yang tinggi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Cash Conversion Cycle* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI ?
2. Apakah *Sales Growth* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI ?
3. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI ?
4. Apakah *Cash Conversion Cycle*, *Sales Growth* dan Likuiditas secara simultan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai hubungan antar variabel yang diteliti. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Cash Conversion Cycle* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI
2. Untuk mengetahui pengaruh *Sales Growth* terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI
3. Untuk mengetahui pengaruh likuiditas terhadap profitabilitas pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI

4. Untuk mengetahui *Cash Conversion Cycle, Sales Growth dan* Likuiditas berpengaruh simultan terhadap profitabilitas perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* di BEI

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Mengintegrasikan *cash conversion cycle* (CCC) sebagai indikator efisiensi modal kerja dalam model profitabilitas, memperkuat teori *working capital management* pada konteks sektor *consumer non cyclicals* BEI.
- b. Menguji interaksi simultan CCC, *sales growth*, dan likuiditas terhadap profitabilitas, mendukung pengembangan teori keuangan yang mempertimbangkan dinamika pascapandemi dan volatilitas ekonomi.
- c. Memperkuat hasil penelitian terdahulu serta memberikan bukti empiris terbaru pada konteks perusahaan di Bursa Efek Indonesia..

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menyediakan analisis empiris pengaruh *cash conversion cycle* (CCC), *sales growth*, dan likuiditas terhadap profitabilitas perusahaan *consumer non-cyclicals* di BEI yang diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan dalam mengelola modal kerja secara lebih efisien untuk meningkatkan profitabilitas.

b. Bagi Praktisi Keuangan

Memberikan wawasan data-driven untuk evaluasi kinerja emiten *consumer non-cyclicals*. Hasil analisis simultan variabel independen memandu keputusan investasi, pemantauan risiko likuiditas, dan pengelolaan portofolio yang akurat menghadapi tekanan makroekonomi.

c. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Penelitian ini mengisi kesenjangan literatur manajemen keuangan terkait integrasi CCC, *sales growth*, dan likuiditas pada sektor *consumer non-cyclicals* BEI. Temuan menjadi sumber literatur bagi pengembangan penelitian selanjutnya dengan variabel atau objek yang berbeda.