

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan tentu mengharapkan agar usaha yang dijalankannya dapat tetap berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang dan terhindar dari kebangkrutan. Persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi saat ini mendorong perusahaan untuk berupaya lebih keras dalam menjaga kelangsungan operasional perusahaan. Seiring dengan meningkatnya populasi penduduk Indonesia yang berusia muda dan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga penampilan serta kesehatan kulit, pertumbuhan fenomenal industri kosmetik di Indonesia semakin terlihat jelas. Dalam upaya untuk tetap bertahan, perusahaan-perusahaan ini harus memperhatikan berbagai faktor, mulai dari kualitas produk, strategi pemasaran, hingga pelayanan pelanggan, yang semuanya berkontribusi pada citra dan reputasi merek di mata konsumen. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang dinamika pasar dan perilaku konsumen menjadi kunci untuk meraih kesuksesan dalam industri yang sangat kompetitif ini. Hal ini juga berlaku bagi setiap perusahaan kosmetik lokal yang ada di Indonesia, yang berusaha untuk mempertahankan eksistensi dan pertumbuhannya di tengah persaingan yang semakin ketat.



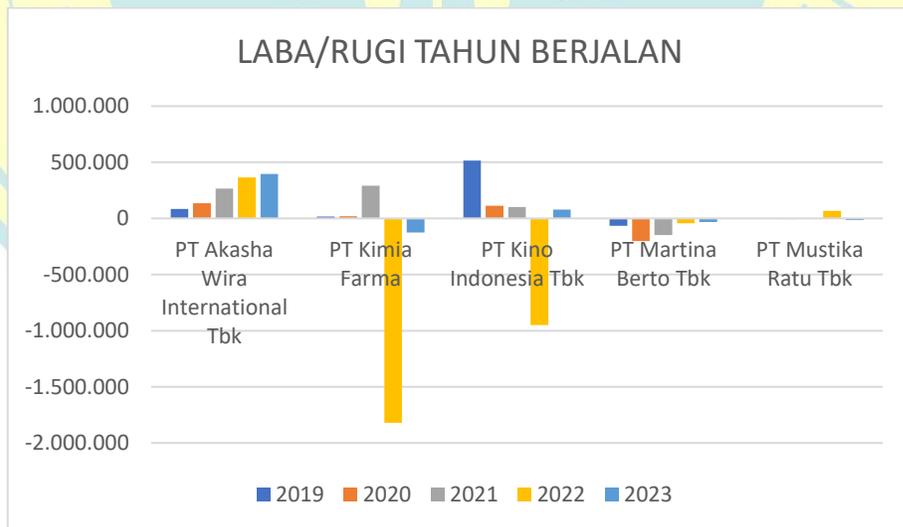
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Penjualan

Sumber: compas.co.id (2025)

Hal ini ditandai dengan tingginya angka penjualan di kategori perawatan dan kecantikan, yang dilansir dari Kompas.co.id. Generasi muda, yang dikenal sebagai konsumen yang aktif dan terhubung dengan teknologi, semakin mengutamakan produk-produk yang tidak hanya mempercantik, tetapi juga memberikan manfaat bagi kesehatan kulit. Selain itu, tren penggunaan media sosial sebagai platform untuk berbagi saran kecantikan dan ulasan produk semakin mendorong minat masyarakat untuk mencoba berbagai produk kosmetik. Dengan meningkatnya permintaan akan produk yang berkualitas, banyak *brand* lokal dan internasional berlomba-lomba untuk menghadirkan inovasi terbaru, mulai dari *make up* hingga *skincare*, yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Hal ini

menciptakan ekosistem yang dinamis dalam industri kecantikan, di mana konsumen tidak hanya menjadi pembeli, tetapi juga berperan aktif dalam menentukan tren dan arah perkembangan produk di pasar.

Meskipun tren positif dalam permintaan produk kecantikan membuka peluang besar bagi industri kosmetik, namun tidak semua perusahaan kosmetik lokal mampu memanfaatkan momentum ini secara optimal. Beberapa perusahaan kosmetik lokal justru menghadapi tantangan serius dalam menjaga kesehatan keuangannya, bahkan dapat memungkinkannya berujung pada kondisi *financial distress*. Hal ini tercermin dari data laba/rugi tahun berjalan periode 2019 hingga 2023, di mana sejumlah perusahaan mencatatkan kerugian berkelanjutan dan fluktuasi laba yang signifikan, menandakan tekanan finansial yang dapat mengancam kelangsungan bisnis mereka di tengah persaingan yang semakin ketat.



Gambar 1. 2 Laba/Rugi Tahun Berjalan (Disajikan dalam Jutaan Rupiah)

Sumber: Laporan Tahunan Perusahaan Kosmetik Lokal periode 2019-2023 (2025)

Berdasarkan data laba/rugi tahun berjalan dari lima perusahaan kosmetik lokal di Indonesia periode 2019 hingga 2023, PT Akasha Wira International Tbk berhasil menunjukkan pertumbuhan laba yang sangat positif dan konsisten setiap tahunnya, dimulai dari Rp83,9 miliar pada 2019, naik menjadi Rp135,8 miliar di 2020, lalu Rp265,8 miliar di 2021, Rp364,9 miliar di 2022, hingga mencapai Rp395,8 miliar pada 2023.

Sebaliknya, perusahaan kosmetik lain seperti PT Martina Berto Tbk dan PT Mustika Ratu Tbk menghadapi tantangan berat. PT Martina Berto Tbk secara konsisten mencatatkan kerugian besar selama lima tahun berturut-turut, dari minus Rp66,9 miliar di 2019, memburuk menjadi minus Rp203,2 miliar di 2020, minus Rp148,8 miliar di 2021, minus Rp42,4 miliar di 2022, hingga minus Rp31,9 miliar di 2023. Walaupun tren kerugian menurun, perusahaan ini belum berhasil keluar dari tekanan keuangan yang berat. PT Mustika Ratu Tbk juga mengalami fluktuasi laba yang signifikan. Setelah mencatat laba tipis Rp131 juta di 2019, perusahaan ini merugi Rp6,8 miliar di 2020, kembali untung Rp357 juta di 2021, mencatat kenaikan laba menjadi Rp67,8 miliar di 2022, namun kembali merugi Rp14,1 miliar di 2023. Fluktuasi ini menunjukkan adanya ketidakstabilan yang dapat mengarah pada *financial distress* jika tidak segera diatasi.

Sementara itu, PT Kino Indonesia Tbk dan PT Kimia Farma juga menghadapi fluktuasi laba yang cukup ekstrem. PT Kino Indonesia Tbk,

misalnya, sempat membukukan laba tinggi Rp515,6 miliar di 2019, namun laba turun drastis di tahun-tahun berikutnya, bahkan mencatat kerugian besar Rp950,3 miliar di 2022, sebelum kembali ke laba Rp77,2 miliar di 2023. PT Kimia Farma juga mengalami lonjakan laba di 2021 sebesar Rp289,9 miliar, namun kemudian terpuruk dengan kerugian sangat besar Rp1,82 triliun di 2022 dan masih merugi Rp126 miliar di 2023.

Berdasarkan data di atas, potensi kondisi *financial distress* paling besar terlihat pada PT Martina Berto Tbk, yang selama lima tahun terakhir secara konsisten mencatatkan kerugian tanpa pernah membukukan laba. Sementara itu, PT Mustika Ratu Tbk juga menunjukkan indikasi risiko *financial distress*, ditandai dengan kinerja laba yang sangat fluktuatif dan cenderung tidak stabil dari tahun ke tahun, meskipun pada tahun 2022 perusahaan berhasil mencatatkan peningkatan laba bersih secara signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa kedua perusahaan menghadapi tantangan keuangan yang serius, dengan PT Martina Berto Tbk berada pada posisi yang lebih rentan terhadap risiko *financial distress*. *Financial distress* merupakan kondisi di mana perusahaan mengalami penurunan signifikan dalam keadaan keuangannya sebelum menghadapi kebangkrutan. Kondisi ini ditandai oleh ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek, seperti utang dan biaya operasional, akibat arus kas yang tidak memadai. Ketika *financial distress*

terjadi, perusahaan tidak hanya menghadapi risiko kebangkrutan, tetapi juga kehilangan kepercayaan dari konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan kosmetik lokal untuk secara proaktif mengidentifikasi sinyal-sinyal awal *financial distress* dan mengambil langkah-langkah preventif untuk menjaga kelangsungan usaha mereka. Dengan memahami dan mengelola risiko keuangan, perusahaan dapat meningkatkan peluang untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang, serta berkontribusi pada pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia.

Untuk mengidentifikasi dan menganalisis risiko *financial distress*, perusahaan dapat menggunakan berbagai model prediksi kebangkrutan, di antaranya adalah Model Altman Z-Score, Model Springate, Model Zmijewski, Model Taffler dan Model Grover. Diantara model yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti memilih Model Taffler dan Model Grover untuk mejadi model analisis *financial distress* pada perusahaan kosmetik lokal, karena kombinasi kedua model ini memberikan analisis komprehensif, di mana Model Taffler fokus pada likuiditas karena menggunakan rasio *Current Assets/Current Liabilities* dan *Earnings Before Taxes/ Current Liabilities* (Lim & Ng, 2024) dan Model Grover dapat menilai efisiensi aset karena menggunakan rasio *Earning Before Interest and Taxes / Total Assets* dan *ROA* (Marli & Widanarni, 2021), sehingga cocok diaplikasikan pada perusahaan manufaktur, termasuk perusahaan kosmetik. Selain itu hal tersebut juga didasari oleh hasil penelitian

(Farha, 2022) yang menunjukkan bahwa tingkat akurasi Model Grover dalam memprediksi *financial distress* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2015 mencapai 82%, sedangkan Model Taffler memiliki tingkat akurasi sebesar 76%. Penelitian yang dilakukan oleh (Prakoso et al., 2022) menunjukkan bahwa kombinasi Model Taffler dan Model Grover efektif dalam mengidentifikasi sinyal kebangkrutan dengan akurasi tinggi yaitu 96% untuk hasil Model Taffler dan 84% untuk hasil Model Grover pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Penelitian yang dilakukan oleh (Utama dan Hamidah, 2024) menemukan bahwa tingkat akurasi Model Grover dalam memprediksi *financial distress* pada tujuh bank komersial selama periode 2012–2021 mencapai 100%, sedangkan Model Taffler memiliki tingkat akurasi sebesar 83%. Penelitian yang dilakukan oleh (Ermawati, 2023) menemukan bahwa tingkat akurasi Model Taffler dalam memprediksi *financial distress* pada PT. Aneka Tambang periode 2014-2023 mencapai 94,1%, sedangkan Model Grover memiliki tingkat akurasi sebesar 73,8%. Penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan & Warminda, 2023) menemukan bahwa tingkat akurasi Model Taffler dalam memprediksi *financial distress* pada perusahaan yang terdampak pandemi covid – 19 yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 mencapai 73,19%, sedangkan Model Grover memiliki tingkat akurasi sebesar 71,1%. Penelitian yang dilakukan oleh (Rusadi, 2024) menemukan bahwa tingkat akurasi Model Grover dalam memprediksi *financial distress* pada perusahaan kesehatan yang terdaftar di BEI periode 2012-2022

mencapai 100%, sedangkan Model Grover memiliki tingkat akurasi sebesar 70,71%. Penelitian yang dilakukan oleh (Mustafa et al., 2022) menemukan bahwa tingkat akurasi Model Taffler dalam memprediksi *financial distress* pada perusahaan *consumer cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2018-2021 mencapai 83,71%, sedangkan Model Taffler memiliki tingkat akurasi sebesar 74,24%.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, terdapat hasil penelitian sebelumnya yang belum menunjukkan konsistensi. Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada saran dari peneliti sebelumnya, yaitu (Rachmandika, 2024), untuk memperhatikan sektor yang masih kurang diteliti, yaitu perusahaan kosmetik lokal. Selain itu, belum ada penelitian yang menggunakan Model Taffler untuk memprediksi *financial distress* pada perusahaan kosmetik lokal yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2019-2023.

Dengan demikian, penelitian ini disusun dalam bentuk skripsi yang berjudul **“Analisis Perbandingan Model Taffler dan Model Grover dalam Memprediksi *Financial Distress* pada Perusahaan Kosmetik Lokal yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2023.”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Apakah ada perbedaan signifikan antara Model Taffler dan Model Grover dalam memprediksi kondisi *financial distress* pada perusahaan kosmetik lokal yang terdaftar di BEI untuk periode 2019–2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah:

Untuk menganalisis apakah ada perbedaan signifikan antara Model Taffler dan Model Grover dalam memprediksi kondisi *financial distress* pada perusahaan kosmetik lokal yang terdaftar di BEI untuk periode 2019–2023.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik dari segi praktis maupun teoretis.

a. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat memberikan sinyal terjadinya *financial distress* pada suatu perusahaan, sehingga dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi investor dan pemangku kepentingan lainnya mengenai kesehatan finansial perusahaan agar dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

2. Membantu mengurangi risiko *financial distress* dengan memilih model yang paling sesuai untuk mengevaluasi kesehatan finansial perusahaan.

b. Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang perbandingan model analisis yang ada, sehingga dapat membantu akademisi dan praktisi dalam memilih model yang paling sesuai untuk analisis kesehatan perusahaan di masa depan.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut yang ingin mengeksplorasi topik serupa, baik dalam konteks yang sama maupun dalam konteks yang lebih luas, seperti sektor industri lainnya.

