

ANALISIS RASIO PROFITABILITAS DALAM MENILAI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN
PADA PT VICTORIA CARE INDONESIA TBK

Laila Kamal¹, Queenanda Bintang Az-Zahra², Annastika Defi Kurniawati³, Risky Budianto⁴

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
laila.23080@mhs.unesa.ac.id, queenanda.23081@mhs.unesa.ac.id,
annastika.23083@mhs.unesa.ac.id, riskybudianto@unesa.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the profitability trends of PT Victoria Care Indonesia Tbk from 2021 to 2025, linking them to cost management, profit, and sales activities. A descriptive quantitative approach with a case study design was employed. Data were sourced from the company's financial statements and annual reports and analyzed using ratios such as Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), and Return on Equity (ROE), alongside GPM by business segment. The results indicate fluctuating profitability: it peaked in 2021, driven by a surge in demand for antiseptic products during the pandemic; hit a low in 2022 due to post-pandemic normalization and rising sales expenses; improved in 2023; and subsequently weakened again in 2024-2025. While GPM remained relatively stable above 49%—indicating efficient production costs—OPM, NPM, ROA, and ROE were pressured by operating expenses growing faster than revenue. The Body Care & Antiseptic segment recorded the highest GPM, and the Hair Care segment showed greater stability, whereas the "Others" segment exhibited the most volatility loyalty.

Keywords: Profitability, Financial Performance, and PT Victoria Care Indonesia Tbk

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis perkembangan profitabilitas PT Victoria Care Indonesia Tbk periode 2021-2025 serta mengaitkannya dengan pengelolaan biaya, laba, dan aktivitas penjualan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan, dianalisis melalui rasio Gross Profit Margin (GPM), Operating Profit Margin (OPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE), serta GPM per segmen usaha. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berfluktuasi: tertinggi pada 2021 didorong lonjakan permintaan produk antiseptik saat pandemi, terendah pada 2022 akibat normalisasi pasca-pandemi dan kenaikan beban penjualan, lalu membaik pada 2023 sebelum melemah kembali pada 2024-2025. GPM relatif terjaga di atas 49%, menandakan efisiensi biaya produksi yang baik, namun OPM, NPM, ROA, dan ROE tertekan oleh

Article history

Received: September 2026
Reviewed: September 2026
Published: September 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

pertumbuhan beban operasional yang lebih cepat dibanding pendapatan. Segmen Perawatan Tubuh & Antiseptik memiliki GPM tertinggi, Perawatan Rambut lebih stabil, sedangkan segmen Lain-lain paling fluktuatif.

Kata Kunci: *Profitabilitas*, Kinerja Keuangan, dan PT Victoria Care Indonesia Tbk

1. Pendahuluan

Profitabilitas merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kinerja keuangan perusahaan karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional yang dijalankan (Usman, 2022). Profitabilitas tidak hanya dipengaruhi oleh besarnya pendapatan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya dan mempertahankan penjualan kepada pelanggan. Oleh karena itu, analisis rasio profitabilitas dapat digunakan untuk melihat seberapa efektif perusahaan mengelola sumber daya yang dimiliki dalam menghasilkan keuntungan. Beberapa penelitian menggunakan rasio Net Profit Margin (NPM), Gross Profit Margin (GPM), Return on Assets (ROA), dan Return on Equity (ROE) untuk menilai perkembangan profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan (Manungkalit, 2022).

PT Victoria Care Indonesia Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri kosmetik dan *personal care* dengan berbagai merek, seperti Herborist dan Miranda. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan perlu mempertahankan pelanggan sekaligus mengelola biaya operasional dan pemasaran agar pertumbuhan penjualan dapat memberikan kontribusi terhadap laba. Pada tahun 2024, PT Victoria Care Indonesia Tbk mencatat pendapatan sekitar Rp1,40 triliun, tetapi laba periode berjalan turun menjadi Rp175,95 miliar dari Rp178,46 miliar pada tahun sebelumnya (Annual report, 2025). Penurunan laba tersebut terjadi ketika perusahaan menghadapi peningkatan biaya penjualan dan pemasaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas penjualan belum tentu menghasilkan peningkatan laba apabila tidak diikuti dengan pengelolaan biaya yang efektif (Annual report, 2025).

Selain biaya, pelanggan juga memiliki keterkaitan dengan kinerja keuangan perusahaan karena kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dapat mendukung penjualan dan profitabilitas. Hal tersebut didukung oleh penelitian Mittal et al. (2023) yang melalui *meta-analysis* terhadap 245 artikel menemukan bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan penjualan, laba, serta Return on Assets (ROA). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mempertahankan kinerja keuangannya. Dalam konteks PT Victoria Care Indonesia Tbk, keberadaan jaringan distribusi yang luas menjadi bagian penting dalam menjangkau pelanggan dan mendukung aktivitas penjualan perusahaan.

Penelitian mengenai analisis rasio profitabilitas telah banyak dilakukan pada berbagai perusahaan. Manungkalit (2022) menganalisis kinerja keuangan menggunakan NPM, GPM, ROA, dan ROE, sedangkan Agustin (2022) menggunakan beberapa rasio profitabilitas untuk melihat kinerja keuangan perusahaan. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji profitabilitas PT Victoria Care Indonesia Tbk dengan mengaitkan perubahan rasio profitabilitas dengan laba, biaya, dan aktivitas pelanggan masih terbatas. Hal tersebut menjadi *research gap* yang mendasari penelitian ini. Berdasarkan fenomena tersebut,

analisis profitabilitas PT Victoria Care Indonesia Tbk penting dilakukan untuk mengetahui perkembangan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta melihat keterkaitannya dengan perubahan pendapatan, biaya, dan aktivitas penjualan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengaitan hasil analisis rasio profitabilitas dengan kondisi laba, biaya, dan pelanggan perusahaan, sehingga analisis tidak hanya melihat perubahan rasio secara numerik, tetapi juga memberikan konteks terhadap kondisi operasional perusahaan.

2. Tinjauan Pustaka

A. Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan sumber informasi yang digunakan untuk menggambarkan kondisi dan kinerja keuangan suatu perusahaan dalam periode tertentu. Laporan Keuangan pada hakekatnya merupakan hasil dari proses akuntansi yang disusun menurut prinsip-prinsip yang berlaku umum yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan data keuangan kepada pihak yang berkepentingan (Martiana et al., 2022). Dalam analisis kinerja keuangan, laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi menjadi sumber data penting karena menyediakan informasi mengenai aset, liabilitas, ekuitas, pendapatan, dan beban perusahaan. menjelaskan bahwa laporan keuangan dapat dianalisis menggunakan berbagai rasio keuangan untuk menilai kondisi perusahaan, termasuk rasio profitabilitas (Shofwatun & Megawati, 2021). Laporan keuangan juga dapat digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi perkembangan kinerja perusahaan dari satu periode ke periode lainnya. Melalui perbandingan data keuangan, perusahaan dapat mengetahui perubahan kondisi keuangan dan mengidentifikasi bagian yang memerlukan perbaikan. (Shofwatun & Megawati, 2021) menggunakan laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi sebagai data dalam melakukan analisis rasio keuangan untuk menilai kinerja perusahaan.

B. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan prestasi yang dicapai oleh perusahaan pada saat tertentu dengan menggunakan perhitungan (Agustin, 2022). Pengukuran kinerja sangat penting dilakukan dengan tujuan untuk menilai efektivitas dan efisiensi perusahaan. Secara umum kinerja keuangan dapat berbentuk seperti unsur unsur yang berkaitan dengan pengukuran dan kinerja keuangan yang dapat disajikan langsung dalam laporan keuangan (Manungkalit, 2022). Menurut Agustin (2022) penilaian kinerja keuangan diimmanfaatkan oleh manajemen untuk hal-hal berikut ini: (1) Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum. Dalam mengelola perusahaan, manajemen menetapkan sasaran yang akan dicapai dimasa yang akan datang dan didalam proses tersebut dinamakan planning; (2) keputusan yang Membantu pengambilan bersangkutan dengan karyawan seperti promosi, transfer dan pemberhentian. Penilaian kinerja akan menghasilkan data yang dapat dipakai secara dasar pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan yang dinilai berdasarkan kinerjanya Selanjutnya (3) Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kritesia seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan. Jika manajemen puncak tidak mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya sulit bagi manajemen untuk mengevaluasi dan memilih program pelatihan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan karyawan; (4) Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kerja mereka. Dalam organisasi perusahaan, manajemen atas mendelegasikan sebagian wewenangnya kepada manajemen dibawah mereka; (5) Menyediakan suatu dasar bagi distribusi

penghargaan. Hasil pengukuran tersebut juga dapat dijadikan alat evaluasi kinerja manajemen selama ini apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak.

C. Analisis Rasio Profitabilitas Berdasarkan Biaya

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui kegiatan operasionalnya. Rasio ini dapat membantu menilai efektivitas perusahaan dalam mengelola pendapatan, biaya, dan sumber daya yang dimiliki. Menurut Manungkalit (2022), rasio profitabilitas seperti GPM, NPM, ROA, dan ROE dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini, analisis profitabilitas berdasarkan biaya menggunakan tiga rasio, yaitu:

1. Gross Profit Margin (GPM), mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba kotor dari pendapatan setelah dikurangi beban pokok penjualan.

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

2. Operating Profit Margin (OPM), mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari kegiatan operasional setelah memperhitungkan beban operasional.

$$OPM = \frac{\text{Laba Operasional}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

3. Net Profit Margin (NPM), mengukur persentase laba bersih yang diperoleh perusahaan dari setiap pendapatan setelah seluruh beban diperhitungkan.

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

Semakin tinggi nilai rasio tersebut, semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan dibandingkan pendapatannya. Namun, perubahan setiap rasio perlu dilihat bersama dengan perubahan biaya agar kondisi profitabilitas perusahaan dapat dipahami secara lebih menyeluruh (Manungkalit et al., 2022).

D. Analisis Rasio Profitabilitas Berdasarkan Laba

Rasio profitabilitas merupakan rasio utama dalam seluruh laporan keuangan, karena tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapat keuntungan (Manungkalit, 2022). Rasio hasil profitabilitas sangat penting bagi semua pengguna laporan tahunan, khususnya investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perusahaan nilai efek/sekuritas pengukuran dan peramalan laba merupakan pekerjaan paling penting bagi investor ekuitas. Profitabilitas dalam sebuah perusahaan bisa dinilai melalui berbagai cara tergantung laba dan aktiva modal yang akan diperbandingkan. Laba menjadi bagian penting dalam analisis profitabilitas karena perubahan laba akan memengaruhi nilai rasio yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan. Peningkatan laba yang dihasilkan dari penggunaan aset, ekuitas, atau penjualan secara efektif dapat mencerminkan peningkatan profitabilitas, sedangkan penurunan laba dapat menunjukkan adanya penurunan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Andrialdo et al. (2022) menunjukkan bahwa ROA, ROE, dan NPM dapat digunakan untuk menganalisis

keterkaitan antara kinerja profitabilitas dan pertumbuhan laba Perusahaan. Jenis-Jenis rasio profitabilitas yang akan digunakan adalah :

1. Return on Assets Ratio (ROA) return on assets merupakan jenis rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk dapat menilai kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan jumlah total kas yang dikeluarkan untuk operasional bisnis. Dalam rangka menentukan seberapa baik suatu perusahaan mengelola asetnya, ROA digunakan untuk memperkirakan proporsi laba yang direalisasikan oleh perusahaan berdasarkan total aset perusahaan. Semakin tinggi ROA, semakin andal perusahaan memanfaatkan semua aset untuk menghasilkan laba. Adapun rumus untuk Return on Asset (ROA) yaitu :

$$(\text{Laba Bersih} / \text{Total Aset}) \times 100\%$$

2. Return on Equity Ratio (ROE) ROE adalah alat ukur untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam penciptaan keuntungan perusahaan. Semakin tinggi ROE, semakin mampu perusahaan memanfaatkan modal investasi dari pemegang saham untuk menghasilkan laba. Adapun rumus untuk Return on Equity (ROE) yaitu :

$$(\text{Laba Bersih} / \text{Total Ekuitas}) \times 100\%$$

3. Net Profit Margin (NPM) Profit Margin merupakan salah satu rasio yang bertujuan untuk menilai keadaan laba atas penjualan yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi margin laba bersih (NPM), semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan setelah semua biaya-biaya dibayarkan. Adapun rumus untuk Net Profit Margin (NPM) yaitu:

$$(\text{Laba Bersih} / \text{Pendapatan}) \times 100\%$$

4. Gross Profit Margin (GPM) mengukur jumlah laba kotor yang dihasilkan oleh setiap rupiah pendapatan. Perhitungan GPM dihasilkan dengan membagi laba kotor (gross profit) dengan pendapatan (revenue) dan menyatakan hasilnya sebagai persentase. Semakin tinggi margin laba kotor (GPM), semakin tinggi laba yang diperoleh dari penjualan perusahaan. Adapun rumus untuk Gross Profit Margin (GPM) yaitu:

$$(\text{Laba Kotor} / \text{Pendapatan}) \times 100\%$$

E. Analisis Rasio Profitabilitas Berdasarkan Segmen Usaha

Analisis profitabilitas berdasarkan segmen merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui kemampuan masing-masing segmen usaha dalam menghasilkan laba. Pemisahan informasi berdasarkan segmen memungkinkan kinerja dan kontribusi laba dari setiap bagian usaha dianalisis secara lebih spesifik dibandingkan hanya melihat profitabilitas perusahaan secara keseluruhan (Arifin et al., 2023). Salah satu ukuran profitabilitas yang dapat digunakan adalah Gross Profit Margin (GPM), yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba kotor dari penjualan (Murtiningtyas & Giovanni, 2022). Pada analisis berdasarkan segmen, GPM dapat dihitung dengan membandingkan laba kotor yang dihasilkan masing-masing segmen dengan penjualan segmen tersebut.

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan desain studi kasus pada PT Victoria Care Indonesia Tbk. Tujuannya adalah menggambarkan kondisi serta perkembangan profitabilitas Perseroan selama periode 2021 hingga 2025 berdasarkan data keuangan yang tersedia. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi dan studi pustaka. Data utama bersumber dari laporan keuangan dan laporan tahunan PT Victoria Care Indonesia Tbk periode 2021-2025, sedangkan studi pustaka dilakukan melalui jurnal dan sumber ilmiah lain yang relevan untuk mendukung landasan teori dan interpretasi hasil analisis.

Data dianalisis dengan metode deskriptif dan pendekatan runtun waktu (*time series*), yaitu membandingkan hasil analisis keuangan Perseroan dari tahun ke tahun selama periode pengamatan. Analisis profitabilitas dilakukan melalui tiga pendekatan:

1. **Analisis profitabilitas berdasarkan biaya**, menggunakan *Gross Profit Margin* (GPM), *Operating Profit Margin* (OPM), dan *Net Profit Margin* (NPM) untuk menilai seberapa efisien Perseroan mengelola biaya produksi dan biaya operasional terhadap pendapatan.
2. **Analisis profitabilitas berdasarkan laba**, menggunakan GPM, NPM, *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE) untuk menilai kemampuan Perseroan menghasilkan laba dari pendapatan, aset, dan modal yang dimilikinya.
3. **Analisis profitabilitas berdasarkan segmen produk**, menggunakan GPM untuk menilai kemampuan masing-masing segmen usaha dalam menghasilkan laba.

4. Hasil dan Pembahasan

A. Analisis Profitabilitas Berdasarkan Biaya

Analisis rasio profitabilitas berdasarkan biaya dilakukan untuk mengetahui kemampuan PT Victoria Care Indonesia Tbk dalam menghasilkan laba serta melihat pengaruh pengelolaan biaya terhadap profitabilitas perusahaan selama periode 2021-2025. Rasio yang digunakan meliputi *Gross Profit Margin* (GPM), *Operating Profit Margin* (OPM), dan *Net Profit Margin* (NPM).

Tabel 4.1 Rasio Profitabilitas Berdasarkan Biaya PT Victoria Care Indonesia Tbk

Rasio	2021	2022	2023	2024	2025
GPM	49,21%	51,92%	55,22%	55,52%	55,25%
OPM	20,57%	14,14%	18,27%	16,68%	13,38%
NPM	15,37%	9,34%	13,10%	12,53%	9,69%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

1. Tahun 2021

Pada tahun 2021, PT Victoria Care Indonesia Tbk memperoleh GPM sebesar 49,21%, OPM sebesar 20,57%, dan NPM sebesar 15,37%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba kotor sebesar 49,21% dari pendapatan yang diperoleh. Sementara itu, OPM dan NPM menggambarkan laba yang tersisa setelah perusahaan memperhitungkan beban operasional dan seluruh beban lainnya. Pada tahun ini, rasio beban pokok penjualan sebesar 50,79%, sehingga biaya produksi masih menyerap lebih dari setengah pendapatan perusahaan.

2. Tahun 2022

Pada tahun 2022, GPM meningkat menjadi 51,92%. Kenaikan ini menunjukkan bahwa proporsi laba kotor terhadap pendapatan semakin besar dibandingkan tahun sebelumnya. Hal tersebut sejalan dengan penurunan rasio beban pokok penjualan dari 50,79% menjadi 48,08%, yang mengindikasikan pengelolaan biaya produksi semakin efisien. Namun, peningkatan GPM belum diikuti oleh kenaikan laba operasional dan laba bersih. OPM turun menjadi 14,14% dan NPM menjadi 9,34%. Kondisi ini sejalan dengan kenaikan rasio beban penjualan dari 17,58% menjadi 19,39%, sehingga peningkatan beban penjualan ikut menekan laba perusahaan.

3. Tahun 2023

Pada tahun 2023, GPM kembali meningkat menjadi 55,22%, sedangkan OPM naik menjadi 18,27% dan NPM menjadi 13,10%. Peningkatan GPM didukung oleh penurunan rasio beban pokok penjualan menjadi 44,78%. Selain itu, rasio beban penjualan turun cukup besar menjadi 14,89% setelah mengalami kenaikan pada tahun sebelumnya. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mampu memperbaiki efisiensi biaya produksi dan beban penjualan. Kondisi ini juga terlihat dari meningkatnya OPM dan NPM, yang berarti lebih banyak pendapatan dapat dikonversi menjadi laba operasional maupun laba bersih.

4. Tahun 2024

Pada tahun 2024, GPM mencapai 55,52%, menjadi nilai tertinggi selama periode pengamatan. Rasio beban pokok penjualan juga turun menjadi 44,48%, yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan efisiensi biaya produksi. Namun, OPM mengalami penurunan menjadi 16,68% dan NPM turun menjadi 12,53%. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan laba kotor belum sepenuhnya meningkatkan laba operasional dan laba bersih. Rasio beban penjualan memang kembali turun menjadi 14,44%, begitu pula rasio beban G&A menjadi 9,31%. Meskipun demikian, perubahan pada rasio profitabilitas memperlihatkan bahwa terdapat faktor biaya dan beban lain yang tetap memengaruhi laba akhir perusahaan.

5. Tahun 2025

Pada tahun 2025, GPM sedikit menurun menjadi 55,25% dibandingkan tahun sebelumnya, sedangkan rasio beban pokok penjualan naik tipis menjadi 44,75%. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi biaya produksi relatif terjaga, meskipun terdapat sedikit perubahan dibandingkan 2024. Di sisi lain, OPM turun menjadi 13,38% dan NPM menjadi 9,69%. Penurunan tersebut menunjukkan bahwa laba operasional dan laba bersih yang diperoleh dari pendapatan mengalami pelemahan. Rasio beban penjualan turun menjadi 14,37% dan rasio beban G&A menjadi 9,27%, sehingga penurunan OPM dan NPM tidak dapat dijelaskan hanya dari kedua rasio tersebut. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan masih perlu memperhatikan keseluruhan struktur biaya dan faktor lain yang memengaruhi laba.

B. Analisis Profitabilitas Berdasarkan Laba

Dalam rangka menilai kinerja keuangan PT Victoria Care Indonesia Tbk secara komprehensif, analisis berikut disusun berdasarkan data keuangan Perseroan selama periode lima tahun terakhir, yaitu tahun 2021 hingga 2025. Data yang digunakan mencakup lima indikator utama, meliputi Pendapatan, Laba Kotor, Laba Bersih, Total Aset, dan Total Ekuitas, yang bersumber dari Laporan Tahunan Perseroan tahun 2022 dan

2025. Data laba dan pendapatan PT Victoria Care Indonesia Tbk selama periode 2021-2025 disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Data Laba dan Pendapatan PT Victoria Care Indonesia Tbk

Keterangan	2025	2024	2023	2022	2021
Pendapatan	1.414.630	1.408.982	1.365.447	1.047.095	1.159.773
Laba Kotor	788.101	787.627	759.204	549.475	573.782
Laba Bersih	136.739	175.946	178.455	97.639	177.276
Total aset	1.337.924	1.284.957	1.148.235	1.150.904	997.797
Total Ekuitas	1.092.079	1.023.892	918.737	801.013	750.157

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Untuk melihat kinerja keuangan PT Victoria Care Indonesia Tbk menggunakan analisis rasio profitabilitas berdasarkan laba yaitu Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE) yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan yaitu laporan posisi keuangan (Neraca) dan laporan laba rugi PT. Victoria Care Indonesia Tbk dari tahun 2021 - 2025. Berikut data laporan tahunan PT Victoria Care Indonesia Tbk dari tahun 2021 sampai tahun 2025:

Tabel 4.3 Perhitungan Rasio Profitabilitas PT Victoria Care Indonesia Tbk

Tahun	ROA	ROE	NPM	GPM
2025	10,22%	12,52%	9,69%	55,87%
2024	13,69%	17,18%	12,53%	56,09%
2023	15,54%	19,42%	13,10%	55,74%
2022	8,48%	12,19%	9,34%	52,55%
2021	17,77%	23,63%	15,37%	49,76%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

1. Tahun 2021

Titik Awal dengan Profitabilitas Tertinggi Tahun 2021 menjadi titik awal pengamatan sekaligus periode dengan tingkat profitabilitas tertinggi dalam rentang lima tahun terakhir. Pada tahun ini, Perseroan mencatatkan Pendapatan sebesar Rp1.159.773 juta dengan Laba Kotor sebesar Rp573.782 juta, sehingga menghasilkan Gross Profit Margin sebesar 49,76%. Laba Bersih yang berhasil dibukukan sebesar Rp177.276 juta menghasilkan Net Profit Margin sebesar 15,37%, sementara Operating Profit Margin tercatat sebesar 20,82%. Dengan Total Aset sebesar Rp997.797 juta dan Total Ekuitas sebesar Rp750.157 juta, Perseroan berhasil mencatatkan Return on Assets sebesar 17,77% dan Return on Equity sebesar 23,63%, keduanya merupakan angka tertinggi sepanjang periode lima tahun yang diamati. Tingginya profitabilitas pada tahun ini erat kaitannya dengan lonjakan permintaan produk perawatan tubuh dan antiseptik selama masa pandemi Covid-19, yang menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan penjualan dan laba Perseroan pada periode tersebut.

2. Tahun 2022

Titik Terendah Akibat Normalisasi Pasca-Pandemi Tahun 2022 menjadi periode dengan penurunan kinerja paling tajam dalam lima tahun terakhir. Pendapatan Perseroan turun menjadi Rp1.047.095 juta, sementara Laba Kotor juga menurun menjadi Rp549.475 juta, meskipun Gross Profit Margin justru sedikit membaik menjadi 52,55%. Namun, penurunan yang jauh lebih signifikan terjadi pada level laba operasi dan laba bersih, di mana Laba Bersih anjlok tajam menjadi Rp97.639 juta, menghasilkan Net Profit Margin hanya sebesar 9,34% dan Operating Profit Margin sebesar 14,17%. Total Aset pada tahun ini justru meningkat menjadi Rp1.150.904 juta dan Total Ekuitas naik menjadi Rp801.013 juta, namun karena laba yang dihasilkan menyusut tajam, Return on Assets turun drastis menjadi 8,48% dan Return on Equity turun menjadi 12,19%, keduanya menjadi titik terendah sepanjang periode pengamatan. Penurunan tajam ini disebabkan oleh hilangnya permintaan produk antiseptik pasca-normalisasi kondisi pandemi, serta kenaikan signifikan pada beban penjualan dan pemasaran akibat peluncuran sejumlah produk baru untuk mencari sumber pertumbuhan pengganti.

3. Tahun 2023

Pemulihan Signifikan di Seluruh Lini Setelah mengalami tekanan berat pada tahun sebelumnya, Perseroan berhasil melakukan pemulihan yang cukup mengesankan pada tahun 2023. Pendapatan melonjak menjadi Rp1.365.447 juta, diiringi oleh kenaikan Laba Kotor menjadi Rp759.204 juta dengan Gross Profit Margin yang terus membaik menjadi 55,74%. Laba Bersih turut pulih signifikan menjadi Rp178.455 juta, bahkan sedikit melampaui capaian tahun 2021, dengan Net Profit Margin sebesar 13,10% dan Operating Profit Margin sebesar 18,33%. Total Aset pada tahun ini sedikit menurun menjadi Rp1.148.235 juta, namun Total Ekuitas terus tumbuh menjadi Rp918.737 juta. Pemulihan laba yang signifikan ini turut mendorong perbaikan pada Return on Assets menjadi 15,54% dan Return on Equity menjadi 19,42%, mendekati level pencapaian tahun 2021 sebelum masa tekanan pandemi.

4. Tahun 2024

Pertumbuhan Melambat, Profitabilitas Mulai Melemah Tahun 2024 menjadi periode transisi, di mana pertumbuhan Pendapatan mulai melambat menjadi Rp1.408.982 juta, tumbuh tipis dibandingkan tahun sebelumnya. Laba Kotor masih menunjukkan peningkatan menjadi Rp787.627 juta dengan Gross Profit Margin mencapai titik tertinggi sepanjang periode pengamatan, yaitu 56,09%. Namun, pada level laba operasi dan laba bersih mulai terlihat tanda-tanda pelemahan, di mana Laba Bersih sedikit menurun menjadi Rp175.946 juta, menghasilkan Net Profit Margin sebesar 12,53% dan Operating Profit Margin yang turun menjadi 16,73%. Total Aset terus tumbuh menjadi Rp1.284.957 juta dan Total Ekuitas menjadi Rp1.023.892 juta, namun karena pertumbuhan laba tidak sebanding, Return on Assets turun menjadi 13,69% dan Return on Equity menjadi 17,18%. Tahun ini menjadi indikasi awal bahwa efisiensi produksi Perseroan berada pada level terbaiknya, namun mulai tertekan oleh kenaikan beban operasional yang tumbuh lebih cepat dibandingkan pendapatan.

5. Tahun 2025

Tekanan Profitabilitas Mendekati Level Terendah 2022 Tahun 2025 menjadi periode dengan tekanan profitabilitas paling berat sejak tahun 2022. Pendapatan Perseroan tumbuh sangat tipis menjadi Rp1.414.630 juta, hampir stagnan dibandingkan tahun sebelumnya. Laba Kotor masih mengalami sedikit peningkatan menjadi Rp788.101 juta dengan Gross Profit Margin sebesar 55,87%, menunjukkan bahwa efisiensi produksi tetap terjaga dengan baik. Namun, tekanan besar kembali terjadi pada level laba operasi dan laba bersih, di mana Laba Bersih turun tajam menjadi Rp136.739 juta, menghasilkan Net Profit Margin sebesar 9,69% dan Operating Profit Margin sebesar 13,11%, keduanya mendekati level terendah yang pernah tercatat pada tahun 2022. Meskipun Total Aset terus tumbuh menjadi Rp1.337.924 juta dan Total Ekuitas menjadi Rp1.092.079 juta, penurunan laba yang tajam menyebabkan Return on Assets turun menjadi 10,22% dan Return on Equity turun menjadi 12,52%. Penurunan profitabilitas pada tahun ini terutama dipicu oleh kenaikan signifikan pada beban penjualan dan pemasaran serta beban umum dan administrasi, sebagai konsekuensi dari semakin ketatnya persaingan di industri kosmetik nasional.

C. Analisis Profitabilitas Berdasarkan Segmen Usaha

PT Victoria Care Indonesia Tbk membagi kegiatan usahanya ke dalam tiga segmen pelaporan berdasarkan jenis produk yang dijual. Pembagian segmen tersebut terdiri atas Perawatan Tubuh dan Antiseptik (Personal Care and Antiseptic), Perawatan Rambut (Hair Care), dan Lain-lain (Others). Segmen Perawatan Tubuh dan Antiseptik mencakup berbagai produk perawatan kulit dan tubuh, tata rias wajah, parfum, deodoran, serta produk antiseptik dan pembersih. Segmen Perawatan Rambut mencakup produk seperti sampo, masker rambut, pewarna rambut, obat pengeriting dan pelurus rambut, serta produk perawatan rambut lainnya. Sementara itu, segmen Lain-lain mencakup produk di luar kedua kategori tersebut, seperti biji dan bubuk kopi, souvenir, serta makanan ringan.

Pembagian berdasarkan segmen produk memungkinkan perusahaan untuk melihat kinerja masing-masing kelompok usaha secara lebih terperinci. Manajemen dapat memantau pendapatan dan hasil yang diperoleh dari setiap segmen sehingga dapat mengetahui perbedaan kemampuan masing-masing segmen dalam menghasilkan laba. Dengan demikian, analisis profitabilitas berdasarkan segmen digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kinerja laba dari setiap kelompok produk yang dijual perusahaan. Dalam penelitian ini, profitabilitas setiap segmen dianalisis menggunakan Gross Profit Margin (GPM), yaitu perbandingan antara laba kotor dengan penjualan. Penggunaan GPM memungkinkan perbandingan tingkat laba kotor antarsegmen selama periode 2021-2025, sehingga dapat diketahui segmen yang memiliki kemampuan menghasilkan laba kotor yang berbeda berdasarkan penjualan yang diperolehnya.

Tabel 4.4 Perhitungan Gross Profit Margin per Segmen Usaha PT Victoria Care Indonesia Tbk

Tahun	Segmen	Penjualan Bruto (Rp Juta)	Laba Kotor (Rp Juta)	GPM
2021	Perawatan Tubuh & Antiseptik	653.258	321.824	49,26%
	Perawatan Rambut	539.849	292.982	54,27%
	Lain-lain	1.244	226	18,15%
	Total	1.194.352	573.782	48,04%
2022	Perawatan Tubuh & Antiseptik	554.905	315.508	56,86%
	Perawatan Rambut	528.003	272.099	51,53%
	Lain-lain	1.615	671	41,51%
	Total	1.084.523	549.475	50,67%
2023	Perawatan Tubuh & Antiseptik	769.745	462.826	60,13%
	Perawatan Rambut	629.358	336.416	53,45%
	Lain-lain	3.610	555	15,37%
	Total	1.402.713	759.203	54,12%
2024	Perawatan Tubuh & Antiseptik	738.395	441.804	59,83%
	Perawatan Rambut	696.936	379.056	54,39%
	Lain-lain	3.531	1.496	42,38%
	Total	1.438.861	787.628	54,74%
2025	Perawatan Tubuh & Antiseptik	763.694	442.034	57,88%
	Perawatan Rambut	677.304	378.441	55,87%
	Lain-lain	3.078	1.034	33,59%
	Total	1.444.076	788.101	54,57%

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Segmen Perawatan Tubuh dan Antiseptik menunjukkan perubahan GPM yang cukup berfluktuasi selama periode 2021-2025. GPM meningkat dari 49,26% pada 2021 menjadi 56,86% pada 2022 dan terus meningkat hingga mencapai 60,13% pada 2023. Setelah mencapai nilai tertinggi tersebut, GPM mengalami penurunan menjadi 59,83% pada 2024 dan kembali menjadi 57,88% pada 2025. Meskipun mengalami penurunan pada dua tahun terakhir, nilai GPM pada 2025 masih lebih tinggi dibandingkan 2021. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa segmen Perawatan Tubuh dan Antiseptik mampu mempertahankan tingkat laba kotor yang relatif tinggi selama periode pengamatan. Segmen Perawatan Rambut menunjukkan perubahan GPM yang relatif lebih stabil dibandingkan segmen Perawatan Tubuh dan Antiseptik. Selama periode 2021-2025, GPM berada pada kisaran 51,53% hingga 55,87% dengan kecenderungan meningkat secara perlahan. Perubahan GPM yang tidak terlalu besar menunjukkan bahwa perbandingan antara laba kotor dan penjualan pada segmen Perawatan Rambut relatif konsisten. Kondisi tersebut menggambarkan kemampuan segmen Perawatan Rambut dalam menghasilkan laba kotor yang relatif stabil selama periode pengamatan. Berbeda dengan kedua segmen tersebut, Segmen Lain-lain menunjukkan perubahan GPM

yang paling besar. GPM mengalami penurunan hingga mencapai titik terendah sebesar 15,37% pada 2023, kemudian meningkat cukup tajam menjadi 42,38% pada 2024. Fluktuasi tersebut perlu dilihat berdasarkan skala penjualan segmen yang relatif kecil, yaitu hanya sekitar 0,1%-0,3% dari total penjualan bruto perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan perubahan pada penjualan maupun beban pokok penjualan dapat menghasilkan perubahan GPM yang cukup besar secara persentase.

Secara keseluruhan, ketiga segmen menunjukkan tingkat dan pola GPM yang berbeda selama periode 2021-2025. Segmen Perawatan Tubuh dan Antiseptik memiliki GPM yang relatif tinggi, Segmen Perawatan Rambut menunjukkan tingkat GPM yang lebih stabil, sedangkan Segmen Lain-lain memiliki tingkat fluktuasi yang paling besar. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan setiap segmen dalam menghasilkan laba kotor tidak sama. Dengan menganalisis GPM pada masing-masing segmen, perusahaan dapat memperoleh gambaran yang lebih spesifik mengenai kinerja profitabilitas setiap kelompok produk serta melihat perubahan kemampuan masing-masing segmen dalam menghasilkan laba kotor dari penjualannya.

5. Kesimpulan

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis rasio profitabilitas PT Victoria Care Indonesia Tbk selama periode 2021-2025, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan perusahaan mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Tahun 2021 merupakan periode dengan profitabilitas tertinggi, didorong oleh lonjakan permintaan produk perawatan tubuh dan antiseptik selama masa pandemi Covid-19. Kondisi tersebut berbalik tajam pada tahun 2022 seiring normalisasi pasca-pandemi dan kenaikan beban penjualan serta pemasaran, sebelum akhirnya membaik kembali pada tahun 2023. Memasuki tahun 2024 dan 2025, profitabilitas perusahaan kembali melemah akibat pertumbuhan beban operasional yang lebih cepat dibandingkan pertumbuhan pendapatan serta semakin ketatnya persaingan di industri kosmetik nasional.

Dilihat dari sisi biaya, Gross Profit Margin (GPM) menunjukkan kecenderungan meningkat dan relatif terjaga di atas 49% sepanjang periode pengamatan, yang mengindikasikan bahwa efisiensi biaya produksi perusahaan cukup baik. Namun, peningkatan GPM tersebut tidak selalu diikuti oleh kenaikan Operating Profit Margin (OPM) dan Net Profit Margin (NPM), karena kenaikan beban penjualan, pemasaran, serta beban umum dan administrasi turut menekan laba operasional dan laba bersih perusahaan.

Dilihat dari sisi laba, Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE) menunjukkan pola yang sejalan dengan NPM, yaitu tertinggi pada tahun 2021 dan terendah pada tahun 2022, kemudian membaik pada tahun 2023 sebelum kembali menurun pada tahun 2024 dan 2025. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan total aset dan total ekuitas perusahaan yang terus meningkat setiap tahun belum sepenuhnya diimbangi oleh pertumbuhan laba, sehingga tingkat pengembalian atas aset dan ekuitas mengalami penurunan pada periode-periode tertentu.

Dilihat dari sisi segmen usaha, segmen Perawatan Tubuh dan Antiseptik memiliki tingkat GPM yang relatif tinggi namun cenderung fluktuatif, segmen Perawatan Rambut menunjukkan tingkat GPM yang lebih stabil, sedangkan segmen Lain-lain memiliki fluktuasi GPM paling besar karena kontribusi penjualannya yang sangat kecil terhadap total penjualan perusahaan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan profitabilitas PT Victoria Care Indonesia Tbk tidak dapat dilepaskan dari

dinamika pengelolaan biaya, pertumbuhan laba, serta aktivitas penjualan dan pelanggan perusahaan dari tahun ke tahun.

B. Saran

Bagi manajemen PT Victoria Care Indonesia Tbk, disarankan untuk lebih memperketat pengendalian beban penjualan, pemasaran, serta beban umum dan administrasi, agar efisiensi biaya produksi yang telah tercermin pada GPM juga dapat diteruskan menjadi peningkatan laba operasional dan laba bersih. Perusahaan juga perlu menjaga strategi mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan, mengingat aktivitas penjualan dan hubungan dengan pelanggan turut berkontribusi terhadap profitabilitas perusahaan. Selain itu, kinerja segmen Lain-lain, meskipun kontribusinya kecil terhadap total penjualan, tetap perlu dievaluasi secara berkala agar fluktuasi labanya tidak mengganggu profitabilitas perusahaan secara keseluruhan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperpanjang periode penelitian serta menambahkan variabel atau rasio keuangan lain, seperti rasio likuiditas dan rasio solvabilitas, agar analisis kinerja keuangan yang dihasilkan lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan profitabilitas PT Victoria Care Indonesia Tbk dengan perusahaan sejenis di industri kosmetik dan personal care, sehingga hasil analisis dapat memberikan gambaran posisi perusahaan secara relatif terhadap kompetitornya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustin, A. Y. (2022). *Analisis Rasio Profitabilitas untuk Mengukur Kinerja Keuangan Pada PT . Kimia Farma Tbk Pada Tahun 2019-2021*. 13(1), 91-97.
- [2] Andrinaldo, A., Triharyati, E., Famalika, A., & Kesuma, I. M. (2022). *Analisis Return On Asset , Return On Equity , dan Net Profit Margin dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba Pada Perbankan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. 4(2), 429-435. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2393>
- [3] Annual report, V. (2025). *Annual Report PT VCA*.
- [4] Arifin, E. F., Saputra, D. P. A., & Panggiarti, E. K. (2023). Aplikasi Segmen Operasi dan Analisis Pelaporan Segmen terhadap Tingkay Profitabilitas pada Perusahaan. *Akuntansiku*, 2(3), 147-151. <https://doi.org/10.54957/akuntansiku.v2i3.203>
- [5] Manungkalit, S. M. (2022). *Analisis Rasio Profitabilitas untuk Menilai Kinerja Keuangan PT Indofarma (Persero)*, *Tbk Profitability ratio analysis to assess the financial performance of PT Indofarma (Persero)*, *Tbk*. 2(3), 621-629.
- [6] Martiana, Y., Wagini, & Hidayah, N. (2022). *Analisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT . Kimia Farma (PERSERO) Tbk* How to Cite : This is an open access article under the CC - BY-SA license. 10(1), 67-75.
- [7] Mittal, V., Han, K., Frennea, C., Blut, M., & Shaik, M. (2023). Customer satisfaction, loyalty behaviors, and firm financial performance: what 40 years of research tells us. *Marketing Letters*, 34(2), 171-187. <https://doi.org/10.1007/s11002-023-09671-w>
- [8] Murtiningtyas, D. P., & Giovanni, P. (2022). Kajian Rasio Profitabilitas dan Rasio Solvabilitas Pt Astra International Tbk. *Syntax Idea*, 4(3). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v4i3.1821>
- [9] Shofwatun, H., & Megawati, L. (2021). *ANALISIS KINERJA KEUANGAN BERDASARKAN RASIO LIKUIDITAS DAN RASIO PROFITABILITAS PADA PT POS*. 13(1), 59-74.
- [10] Usman, A. (2022). *Analisis Profitabilitas Pada PT. Fast Food Indonesia tbk*. 44-59.