

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari kehadiran perusahaan sektor ritel berperan penting bagi masyarakat dalam menunjang kebutuhan sehari-hari. Perusahaan sektor ritel juga sangat berperan bagi perekonomian Indonesia karena perusahaan sektor ritel memiliki kontribusi yang sangat besar, yaitu dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Menurut Menteri Perdagangan Agus Suparmanto, selama lima tahun terakhir, kontribusi sektor ritel dari sisi perdagangan selalu lebih dari 10% terhadap total PDB, sedangkan dari sisi konsumsi lebih dari 50% terhadap total PDB (republika.co.id). Perusahaan sektor ritel merupakan perusahaan yang memasarkan barang atau jasa kepada konsumen akhir (B2C) yang tujuannya untuk konsumsi pribadi bukan untuk dijual kembali.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi pada era revolusi industri 4.0 saat ini, dimana era revolusi industri 4.0 sangat mengandalkan teknologi yang canggih sehingga masyarakat beralih ke arah digital karena semua kebutuhan yang dibutuhkan sudah tersedia secara digital, baik dari kegiatan jual-beli, jasa, dan transaksi pembayaran. Dewasa ini banyak bermunculan perusahaan *e-commerce* yang mengakibatkan perekonomian di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat.

Menurut Kemenko Perekonomian, transaksi *e-commerce* memiliki kontribusi besar terhadap ekonomi digital Indonesia. *E-commerce* diperkirakan akan meningkat sebesar 54% hingga mencapai US\$32 miliar pada tahun 2025. Total investasi platform digital di Indonesia yang tertinggi di Asia Tenggara sekitar 38,7% menjadi salah satu indikator pertumbuhan ekonomi digital tanah air (ekon.go.id).

Belanja *online* atau *e-commerce* sangat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya hanya melalui aplikasi maupun *website* dengan menggunakan gawai mereka. Dengan banyaknya *e-commerce* bermunculan dan minat belanja masyarakat yang beralih dari *offline* ke *online* baik di bidang non makanan maupun bidang makanan mengakibatkan perusahaan sektor ritel mengalami penurunan penjualan. Salah satu penyebab penurunan penjualan adalah menurunnya tren belanja *offline* masyarakat sehingga barang yang di gudang tidak terjual dan tidak merubah menjadi kas di perusahaan. Cara agar barang dagangan di perusahaan dapat terjual adalah dengan memberikan potongan harga besar-besaran untuk menarik konsumen meskipun laba yang diperoleh tidak sesuai yang diinginkan perusahaan.

Dalam lima tahun terakhir, banyak sektor ritel yang mengalami kesulitan keuangan bahkan hingga harus menutup gerai-gerainya karena berbagai alasan, salah satunya adalah adanya perubahan gaya belanja konsumen. Pada tahun 2017, salah satu gerai ritel terkenal yaitu Seven Eleven menutup seluruh gerainya pada 30 Juni 2017. Alasan Seven Eleven

menutup seluruh gerainya karena terdapat beberapa gerai yang tidak dapat mencapai target perusahaan dan melemahnya daya beli konsumen sehingga performa Seven Eleven menurun (finance.detik.com).

Sepanjang tahun 2018 pendapatan penjualan ritel mengalami peningkatan. Namun, di tahun 2019 perkembangan belanja *online* yaitu *e-commerce* semakin signifikan yang menyebabkan beberapa perusahaan ritel menyerah dalam bersaing sehingga pertumbuhan ritel menurun sebesar 0,5% menjadi -8,5% dibandingkan pada tahun 2018. Hal tersebut mengakibatkan beberapa perusahaan ritel mengalami kesulitan keuangan sehingga harus menutup gerai.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah munculnya pandemi Covid-19 di awal tahun 2020 di Indonesia yang menimbulkan banyak dampak tidak hanya pada aspek kesehatan saja melainkan aspek perekonomian juga. Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), selama pandemi berlangsung hingga sekarang sudah ada ratusan sektor ritel tutup seperti ritel fashion, makanan, dan non makanan. Menurut ketua umum Aprindo, pandemi membuat peritel modern mengalami kondisi fluktuatif bahkan *underperform* (cnbcindonesia.com).

Menurunnya jumlah kunjungan di pusat perbelanjaan secara signifikan memberikan dampak yang besar bagi perusahaan sektor ritel. Kegiatan masyarakat yang terganggu karena adanya kebijakan pembatasan mobilitas di luar rumah mengakibatkan minat masyarakat dalam berbelanja

online semakin tinggi, sehingga pendapatan sektor ritel menurun kecuali bahan makanan pokok, alat kesehatan, dan obat-obatan. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), penjualan produk di media sosial dan *e-commerce* meningkat sebesar 400% per April 2020. Berdasarkan temuan tersebut, *e-commerce* telah menjadi pilihan utama bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (powercommerce.asia).

Pandemi Covid-19 mengakibatkan banyak dampak terhadap perusahaan di Indonesia khususnya perusahaan ritel, antara lain menurunnya pendapatan perusahaan sehingga perusahaan mengalami kondisi kesulitan keuangan (*financial distress*). Menurunnya pendapatan mengakibatkan beberapa perusahaan tidak mampu membayar biaya operasional perusahaannya, tidak dapat membayar kewajibannya berupa upah dan pesangon kepada karyawannya sehingga perusahaan mengurangi tenaga kerja dan menunda tenaga kerja baru demi mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Selama pandemi Covid-19, terdapat beberapa perusahaan ritel yang terkena dampaknya. Kerugian yang dialami hingga tidak dapat lagi bertahan mengakibatkan beberapa perusahaan ritel harus menutup sebagian maupun seluruh gerainya. Pada akhir Juli 2021, PT. Hero Supermarket memutuskan untuk menutup seluruh gerai Giant di Indonesia karena kerugian yang semakin memburuk (inews.id). Kemudian pada April 2021, PT. Matahari Department Store Tbk akan menutup 13 toko yang dianggap memiliki kinerja yang kurang baik, dikarenakan PT. Matahari Department Store Tbk

telah mengalami kerugian hingga Rp 617 miliar pada tahun 2020 lalu (kompas.com).

Untuk dapat bertahan di masa pandemi Covid-19, PT. Matahari Department Store Tbk mengembangkan bisnis digital melalui website Matahari.com dan aplikasi untuk IOS dan Android. PT. Matahari Department Store Tbk juga berupaya dengan menurunkan semua biaya operasional, menegosiasikan sewa yang lebih rendah dengan pemilik mal, dan memusatkan semua operasi *Support Centre* dalam satu lokasi (kompasiana.com). Lalu, Ramayana Lestari Sentosa Tbk menutup sementara 13 gerainya dikarenakan selama pandemi Covid-19 mengalami penurunan penjualan (cnbcindonesia.com). Ramayana Lestari Sentosa Tbk memaksimalkan penjualan *online* dan telah bekerjasama dengan berbagai platform *marketplace* Indonesia.

Selanjutnya pada akhir 31 Maret 2020 atau 30 April 2020, PT. ACE Hardware Indonesia Tbk mengalami penurunan total pendapatan dan laba bersih selama pandemi Covid-19 sehingga mengakibatkan PT. ACE Hardware Indonesia Tbk menutup puluhan gerainya dengan memperkirakan jangka waktu penghentian operasional selama 3 bulan (cnbcindonesia.com). Untuk dapat bertahan di masa pandemi, PT. ACE Hardware Indonesia Tbk menerapkan strategi seperti meningkatkan penjualan *online*. Kemudian, pada 17 Maret 2021 Centro Department Store pertama kali menutup tokonya yang berada di Plaza Ambarukmo Yogyakarta. Selain itu, setelah penutupan gerai Centro Department Store di

Plaza Ambarukmo Yogyakarta, PT Tozy Sentosa sebagai pengelola Centro Department Store menghadapi gugatan pailit dikarenakan PT Tozy Sentosa gagal dalam melaksanakan kewajibannya membayar hasil penjualan konsinyasi (titip jual) dari pemasoknya yang sebagian besar berasal dari UMKM. PT Tozy Sentosa resmi dinyatakan pailit pada 17 Mei 2021 lewat putusan majelis hukum Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, setelah putusan tersebut seluruh gerai Centro Department Store akhirnya berhenti beroperasi (kompas.com).

Selanjutnya, PT. Matahari Putra Prima Tbk mengalami kerugian besar selama pandemi Covid-19, untuk menekan potensi terjadinya kerugian yang lebih besar lagi, PT. Matahari Putra Prima Tbk menutup sementara beberapa tokonya di Bali dan Jambi dengan total 8 gerai di Bali dan bertransformasi ke bisnis *offline to online* (O2O) agar kinerja keuangan perusahaan kembali positif (bisnis.tempo.co). Lalu, PT. Mitra Adiperkasa Tbk mengalami kerugian tahun berjalan hingga Rp 553,71 miliar di tahun 2020 dikarenakan pandemi Covid-19. Kerugian yang dialami tersebut dikarena oleh adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membatasi jam operasional pusat perbelanjaan dan restoran, dan kerumunan massa untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19. Untuk mengurangi dampak yang akan dihadapi MAP, MAP akan lebih fokus pada *omni-channel* melalui kemitraan dengan perusahaan agregator dan *fintech*, perusahaan akan memperketat manajemen biaya, meningkatkan MAP Club,

yang akan berfungsi sebagai "kendaraan" dalam perjalanan *omni-channel* perusahaan (bisnis.tempo.co).

Menurut Christine, Debby et. al (2019), *financial distress* adalah kondisi dimana keuangan perusahaan mengalami penurunan sebelum terjadinya kebangkrutan atau likuidasi. Menurut Nelmidia, N. (2019), kebangkrutan merupakan kondisi keuangan perusahaan yang memburuk dan jumlah kewajiban atau hutangnya melebihi nilai asetnya sehingga perusahaan tidak mampu melanjutkan operasinya.

Terjadinya *financial distress* dapat disebabkan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal penyebab *financial distress* adalah faktor yang berasal dari luar perusahaan, seperti perkembangan teknologi yang semakin canggih, perilaku konsumen yang berbeda, permintaan konsumen yang menurun, banyaknya pesaing, dan kebijakan-kebijakan pemerintah. Sedangkan, faktor internal penyebab *financial distress* adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan, seperti kinerja dari para pegawai menurun, kegagalan manajemen dalam mengambil keputusan, keputusan dan kebijakan yang diambil dari masa lalu kurang tepat, perusahaan tidak melakukan inovasi dan tidak memahami apa saja kebutuhan konsumen.

Tanda suatu perusahaan mengalami *financial distress* adalah memiliki nilai laba negatif selama periode waktu yang lama hingga mengalami kebangkrutan. Menurut Kristanti dan Herwany (2017), terdapat empat karakteristik perusahaan yang gagal, yaitu *failure* (kelalaian),

insolvency (tidak mampu membayar utang), *default* (kegagalan), dan *bankruptcy* (kebangkrutan). Untuk memprediksi terjadinya *financial distress* adalah dengan mengukur kinerja keuangan menggunakan rasio keuangan (Vionita & Lusmeida, 2019).

Penggambaran terstruktur dari situasi dan kinerja keuangan suatu entitas disajikan dalam laporan keuangan (Ardaputri, N. E., & Sadikin, D. S., 2021). Melakukan analisa rasio keuangan merupakan awal yang sangat dibutuhkan untuk mengetahui baik atau buruknya kondisi keuangan perusahaan sehingga dapat memudahkan pihak manajemen dalam mengambil keputusan. Apabila kondisi keuangan perusahaan sehat berarti menandakan bahwa pengelolaan perusahaan dalam menjalankan usahanya sangat baik.

Fenomena kasus *financial distress* terjadi pada anak perusahaan PT. Hero Supermarket Tbk. Di tahun 2017, PT Hero Supermarket Tbk mengalami kerugian sebesar Rp 191 miliar, hal tersebut disebabkan oleh kinerja bisnis makanan yang menurun. Menurut Presiden Direktur HERO, Stephane Deutsch, mengatakan bahwa bisnis makanan penuh dengan tantangan, berbeda dengan bisnis non makanan yang berkembang sangat pesat. Penurunan penjualan di bisnis makanan juga dibarengi dengan penyisihan biaya satu kali sebesar Rp 366 miliar yang banyak digunakan untuk penurunan nilai aset dan *stock clearance* yang tidak berkualitas tinggi dan tidak cepat laku (hero.co.id). Hal ini berdampak negatif terhadap kinerja perseroan secara keseluruhan. Perusahaan mencatatkan kerugian

operasional sebesar Rp 434 miliar dibandingkan dengan laba Rp 91 miliar pada tahun sebelumnya.

Selama pandemi Covid-19, kondisi keuangan PT. Hero Supermarket Tbk memburuk, perusahaan tersebut mengalami kerugian sebesar Rp 1,2 triliun berbeda jauh dengan kerugian yang dialami pada tahun 2019 yaitu sebesar Rp 33,18 miliar. Selain itu, pendapatan perusahaan PT. Hero Supermarket Tbk sepanjang tahun 2020 juga mengalami penurunan, tercatat total pendapatannya sebesar Rp 8,89 triliun mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 2019 yaitu sebesar Rp 12,18 triliun (cnbcindonesia.com). Kondisi keuangan yang memburuk mengakibatkan tutupnya seluruh gerai Giant secara permanen pada akhir Juli 2021 dengan total 395 gerai (Sidik, 2021). Keputusan tersebut diambil karena fenomena menurunnya popularitas hypermarket, baik di Indonesia maupun di pasar global. Maka, PT Hero Supermarket memutuskan untuk lebih fokus pada pengembangan bisnis bidang non makanan yaitu IKEA, Guardian, dan Hero Supermarket yang memiliki kinerja positif dan modal kerja yang lebih baik (kompas.com). Hero Group mengadopsi pendekatan bisnis ini sebagai bagian dari upaya untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tren konsumen dan kondisi pasar.

Kondisi *financial distress* tidak hanya dialami oleh PT. Hero Supermarket Tbk, namun juga dialami oleh PT. Matahari Putra Prima Tbk yang merupakan pemilik jaringan ritel Hypermart, Hyfresh, dan Foodmart. Di tahun 2017, PT. Matahari Putra Prima Tbk mengalami kerugian hingga

Rp 1,2 triliun, hal tersebut disebabkan oleh munculnya platform digital sehingga performa dari Hypermart, Hyfresh, dan Foodmart mengalami penurunan.

Lalu di tahun 2018, kerugian yang dialami oleh PT. Matahari Putra Prima Tbk berkurang cukup signifikan. Rugi tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada pemilik entitas induk menurun dari posisi Rp 1,2 triliun pada 2017 menjadi Rp 898,27 miliar pada 2018. Perusahaan mencatat adanya penurunan jumlah gerai turun dari 259 menjadi 219. Lalu jumlah Hypermart juga menurun dari total 113 outlet menjadi 107 outlet. Kemudian di tahun 2019 kerugian yang dialami juga berkurang signifikan, dari posisi Rp 898.272 miliar di tahun 2018 menjadi Rp 552,67 miliar.

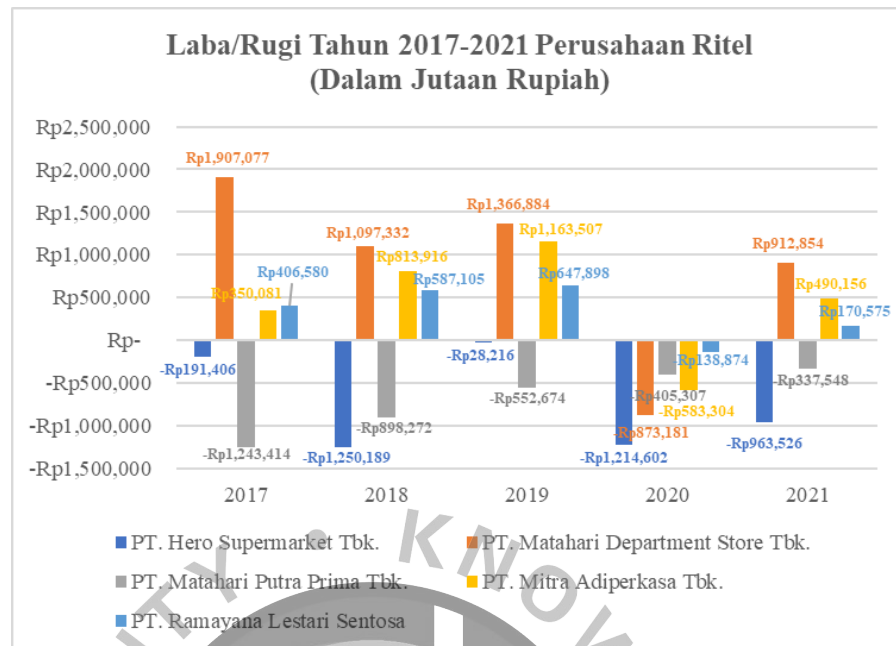
Pada awal 2019, PT. Matahari Putra Prima Tbk memperkenalkan toko baru yaitu HyFresh yang berfokus pada penawaran barang kebutuhan sehari-hari dan barang segar dengan harga murah untuk menarik konsumen berbelanja kebutuhan sehari-hari. Selain itu, PT. Matahari Putra Prima Tbk juga fokus dalam membuat penawaran produk terbaik dan mengurangi barang yang tidak produktif dengan perputaran lambat agar arus kas menjadi lebih baik dan mengurangi *Out of Stock* ("OOS"). Tingkat perputaran persediaan pada 2019 tercatat 55 hari, lebih pendek dari tahun 2018 yaitu selama 58 hari.

Lalu, di tahun 2020 menurut laporan keuangan yang dipublikasi di *website* BEI, PT. Matahari Putra Prima Tbk mengalami kerugian sebesar Rp

405,31 miliar turun 27% dari rugi bersih tahun sebelumnya sebesar Rp 552,68 miliar. Kerugian tersebut masih dialami oleh PT. Matahari Putra Prima Tbk dikarenakan munculnya pandemi Covid-19 di Indonesia yang mengakibatkan tren belanja *online* masyarakat mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Untuk dapat bertahan di masa pandemi Covid-19, Manajemen MPPA mengungkapkan, PT. Matahari Putra Prima Tbk berusaha mengoptimalkan penjualan *online*. Selain itu, manajemen juga mengoptimalkan struktur biaya disesuaikan dengan kegiatan operasional selama pandemi Covid-19 (kontan.co.id).

Di tahun 2021, PT. Matahari Putra Prima Tbk masih mengalami kerugian namun tidak begitu signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Oleh karena itu, PT. Matahari Putra Prima Tbk terus memperluas jangkauan kolaborasi dengan pasar *online* lainnya dan hubungan dengan *marketplace* terkemuka seperti GoMart dan GrabMart agar dapat bertahan semasa pandemi Covid-19.

**Gambar 1.1 Laba/Rugi Tahun 2017-2021 Perusahaan Ritel
(Dalam Jutaan Rupiah)**



Sumber: Bursa Efek Indonesia, Data Diolah Penulis, 2022

Berdasarkan gambar 1.1, beberapa perusahaan sektor ritel cenderung mengalami pertumbuhan laba yang fluktuasi setiap tahunnya. Dapat dibandingkan dari lima perusahaan ritel pada tahun 2017-2019 saat belum adanya pandemi Covid-19 cenderung memperoleh laba positif, hal ini berbanding terbalik dengan tahun 2020 yang mulai munculnya pandemi Covid-19 di Indonesia seluruh perusahaan sektor ritel memperoleh laba negatif. Fenomena tersebut membuktikan bahwa pengaruh pandemi Covid-19 sangat memberikan dampak terhadap profitabilitas yang menurun dari suatu perusahaan ritel yang dikhawatirkan akan menimbulkan kesulitan keuangan (*financial distress*) yang berujung kebangkrutan perusahaan. Kondisi tersebut tentunya dapat menimbulkan keraguan investor atau kreditur untuk menanamkan modal dan kreditnya di perusahaan tersebut.

Dari gambar 1.1, perolehan laba di tahun 2021 pada perusahaan yang bergerak dalam sektor ritel dapat dilihat terdapat 3 (tiga) perusahaan yang berhasil memperoleh kembali laba positif. Hal tersebut merupakan kondisi yang baik bagi perusahaan dikarenakan kemungkinan terjadinya *financial distress* sangat sedikit. Namun, terdapat 2 (dua) perusahaan sektor ritel yang memiliki laba negatif selama lima tahun berturut-turut, yaitu PT Matahari Putra Prima Tbk dan PT. Hero Supermarket Tbk. Perusahaan yang memiliki laba negatif terus-menerus akan menyebabkan perusahaan tersebut mengalami kebangkrutan.

Tabel 1.1 Inovasi Bisnis Perusahaan Sektor Ritel Semasa Pandemi Covid-19

No	Keterangan
1.	Transformasi digital
2.	Mengenali perilaku baru konsumen
3.	Meningkatkan <i>cash flow</i> dengan inovasi bisnis
4.	Meningkatkan pelayanan melalui diferensiasi produk dan jasa
5.	Meningkatkan efektifitas dan efisiensi

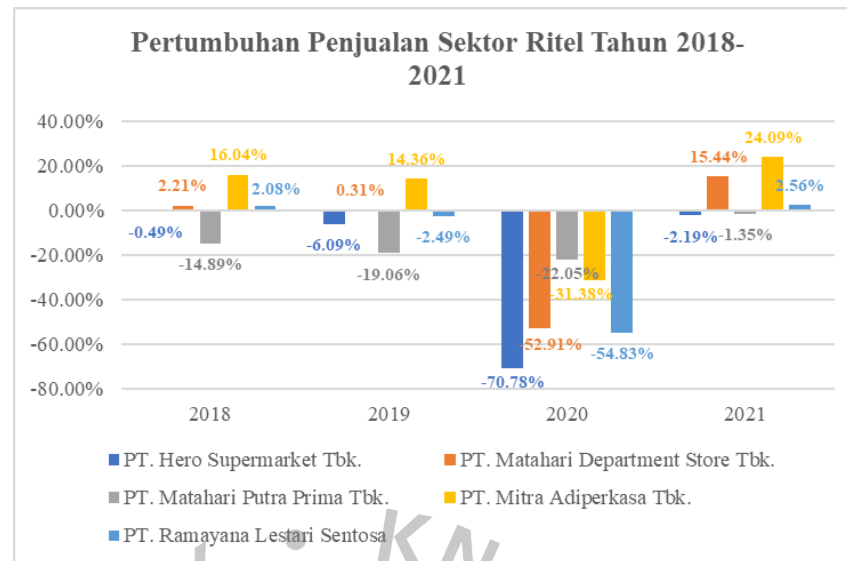
Sumber: AKRINDO, 2021

Perusahaan sektor ritel dituntut untuk menyesuaikan perubahan yang terjadi saat ini agar kondisi keuangan perusahaan dapat membaik dan meningkat. Untuk dapat memulihkan sektor ritel, manajemen dapat melakukan strategi seperti melakukan efisiensi biaya operasional agar tidak berbanding jauh dengan pemasukan yang mengalami penurunan. Selain itu, menurut Asosiasi Koperasi Ritel Indonesia (AKRINDO), perusahaan sektor ritel dapat membuat strategi dengan mengikuti tren masa kini yaitu

mendorong penjualan secara *online* agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya. Penjualan secara *online* dapat dilakukan dengan memaksimalkan platform digital yang ada tanpa menghilangkan toko fisik sehingga selama penjualan secara digital, toko fisik juga akan terus berkembang demi kenyamanan dan keamanan konsumen (powercommerce.asia).

Perusahaan sektor ritel sangat berpeluang untuk mengembangkan inovasi produk dan menjalin hubungan dengan konsumen melalui cara yang baru sehingga perusahaan sektor ritel tidak hanya mempertahankan eksistensinya namun juga dapat mengembangkan usahanya. Apabila perusahaan tidak menyesuaikan dan mengembangkan inovasi baru dalam memasarkan produk di kondisi saat ini, perusahaan tersebut akan kalah saing dengan bisnis *online* dan akan mengalami kesulitan kondisi keuangan (*financial distress*) yang berkelanjutan selama pandemi Covid-19. Sehingga, pihak manajemen suatu perusahaan harus segera menindaklanjuti apabila telah menemukan tanda-tanda awal kesulitan keuangan (*financial distress*) agar tidak terjadi kebangkrutan.

Gambar 1.2 Pertumbuhan Penjualan Sektor Ritel 2018-2021



Sumber : Bursa Efek Indonesia, Data Diolah Penulis, 2022

Berdasarkan gambar 1.2, perusahaan sektor ritel cenderung mengalami pertumbuhan penjualan yang fluktuasi setiap tahunnya. Sebelum adanya pandemi Covid-19 yaitu pada tahun 2018-2019, kelima perusahaan mengalami fluktuasi namun tidak begitu signifikan. Tetapi, pada tahun 2020 terjadi penurunan penjualan yang sangat drastis dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Dapat dilihat, empat perusahaan sektor ritel yaitu PT. Hero Supermarket Tbk, PT. Ramayana Lestari Sentosa, PT. Matahari Department Store Tbk, dan PT. Mitra Adiperkasa Tbk mengalami penurunan yang sangat signifikan di tahun 2020 dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Kecuali, PT. Matahari Putra Prima Tbk di tahun 2020 mengalami penurunan yang tidak signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Namun di tahun 2021, kelima perusahaan tersebut mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Hal tersebut

dikarenakan kondisi pandemi Covid-19 yang mulai terkendali di Indonesia sehingga penjualan dari sektor ritel mulai kembali meningkat.

Ada beberapa indikator penting yang perlu dipertimbangkan ketika memprediksi potensi kebangkrutan perusahaan. Indikator tersebut terdiri dari *Operating Capacity*, *Profitability*, dan *Sales Growth*.

Operating capacity merupakan rasio yang digunakan untuk menilai seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan aset-asetnya untuk menghasilkan penjualan (Idawati, 2020). Apabila suatu perusahaan mengelola asetnya semakin efisien, maka kemungkinan terhindar dari *financial distress* semakin besar dan sebaliknya apabila perusahaan kurang efisien dalam mengelola asetnya maka kemungkinan terjadinya *financial distress* semakin besar. Rasio ini dapat diukur menggunakan *total assets turnover ratio* (TATO). *Total assets turnover ratio* merupakan rasio yang mengukur rata-rata seluruh aset yang dimiliki perusahaan, dihitung dengan membandingkan penjualan dengan jumlah aset yang dimiliki perusahaan (Atika, 2013). Semakin tinggi nilai dari *operating capacity* menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan asetnya dengan efisien untuk meningkatkan labanya, sehingga kemungkinan terjadinya *financial distress* kecil.

Selain itu, *profitability* juga dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai kondisi *financial distress* suatu perusahaan (Wibowo, A., Susetyo, A., 2020). *Profitability* adalah kemampuan suatu perusahaan

dalam memperoleh profit menggunakan sumber daya di dalam perusahaan itu sendiri seperti kas dan modal (Harahap, 2013). Suatu perusahaan pastinya memiliki tujuan utama dalam menjalankan kegiatannya yaitu untuk memperoleh laba atau keuntungan yang optimal. Dengan menggunakan *profitability*, perusahaan dapat menilai kemampuannya dalam memperoleh keuntungan.

Dalam penelitian ini, *profitability* yang digunakan adalah *return on assets* (ROA). *Return on assets* (ROA) merupakan salah satu pendekatan yang dapat menunjukkan profitabilitas suatu perusahaan. Pendekatan ROA menunjukkan berapa banyak keuntungan yang dihasilkan perusahaan dengan menggunakan seluruh asetnya. (Putri, V. R., & Putra, B. I., 2017). Alasan memilih *return on assets* (ROA) dibandingkan memilih *return on equity* (ROE) atau *return on investment* (ROI) karena ROA biasanya digunakan oleh manajemen untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam mengelola seluruh aset yang ada untuk menghasilkan profit. Perhitungan *return on assets* adalah membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva dan hasilnya dalam bentuk persentase (%). Kinerja perusahaan akan dipandang baik apabila semakin tinggi tingkat profitabilitasnya, begitu pula sebaliknya (Saad, B., & Anjani, M. 2019).

Semakin tinggi nilai *return on assets*, maka semakin menunjukkan bahwa kinerja perusahaan efektif dalam mengelola asetnya sehingga kemungkinan terjadinya *financial distress* sedikit. Suatu perusahaan yang memiliki ukuran besar menunjukkan bahwa aset yang dimilikinya juga

besar sehingga akan lebih aman dan mampu meminimalisir kemungkinan *financial distress* jika memiliki jumlah aset yang besar (Sariroh, H. 2021). Total aset merupakan seluruh aset yang dimiliki oleh perusahaan dan memiliki nilai ekonomis yang akan bermanfaat di masa yang akan datang (Saad, B., & Anjani, M. 2019). Dalam penelitian ini, *firm size* akan diprosikan dengan logaritma natural (Ln) total aset perusahaan.

Kemudian, *sales growth* juga dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai kondisi *financial distress* suatu perusahaan. *Sales growth* menunjukkan penerapan kinerja investasi masa lalu perusahaan dan berfungsi sebagai perkiraan pertumbuhan masa depan perusahaan (Simanjuntak et. al, 2017). *Sales growth* merupakan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun yang menunjukkan seberapa besar suatu perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan.

Pertumbuhan penjualan yang terus meningkat tiap tahunnya menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dan performa tim *sales* baik. Perhitungan *sales growth* adalah dengan mengurangkan penjualan periode saat ini dengan penjualan periode sebelumnya lalu membaginya dengan penjualan periode sebelumnya (Harahap, 2013). Apabila nilai *sales growth* positif, menunjukkan bahwa perusahaan mengalami peningkatan penjualan dari periode sebelumnya yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menghindari perusahaan mengalami *financial distress*. Sedangkan apabila nilai *sales growth* negatif, menunjukkan bahwa perusahaan mengalami penurunan penjualan dari periode sebelumnya, apabila penurunan terjadi

terus-menerus, maka perusahaan harus memperbaiki dalam segi *marketing strategy*, meningkatkan kualitas produk, dan memaksimalkan *digital marketing* melalui platform yang ada untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya *financial distress*.

Penelitian tentang *financial distress* telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan menggunakan variabel *operating capacity*, *profitability*, dan *sales growth*. Namun, hasil penelitian tersebut memiliki beberapa perbedaan. Menurut penelitian Isayas, Y. (2021), Restianti, T., & Agustina, L. (2018), dan Vionita, V., & Lusmeida, H. (2019) menyatakan bahwa *profitability* berpengaruh negatif terhadap *financial distress*. Namun, menurut hasil penelitian Zannati & Dewi (2019), Setyawan, B. (2019), Diyanto, V. (2020), Yuliani & Anggaradana (2021), dan Jaafar et al. (2018) menyatakan bahwa *profitability* dengan menggunakan *return on assets* berpengaruh positif terhadap *financial distress*.

Selain itu penelitian Wibowo, A. & Susetyo, A. (2020), Idawati, W. & Wardhana, A. K. (2021), Zohra et al. (2015), Restianti, T., & Agustina, L. (2018), dan Lubis, N. N. P., & Permady, Y. T. (2022) menunjukkan bahwa *operating capacity* berpengaruh negatif terhadap *financial distress*. Namun, menurut penelitian Ramadhani, A. L., & Nisa, K. (2019), Idawati, W. (2020), Amoa-Gyarteng, K. (2021), dan Dirman, A. (2021) menunjukkan bahwa *operating capacity* tidak berpengaruh terhadap *financial distress*.

Kemudian penelitian Putri & Kristanti (2020), Khasanah et al. (2021), Ramadhani, A. L., & Nisa, K. (2019), Susilowati et al. (2020), Wibowo, A. & Susetyo, A. (2020), Roslan, N. H. (2015), Vionita, V., & Lusmeida, H. (2019) dan Jaafar et al. (2018) menunjukkan bahwa *sales growth* tidak dapat mempengaruhi *financial distress* perusahaan. Namun, menurut penelitian Putri, P. A. D. W. (2021), Utami, M. (2015), dan Udin, S., Khan, M. A., & Javid, A. Y. (2017) menunjukkan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh negatif terhadap *financial distress*.

Berdasarkan fenomena dan *research gap* diatas, urgensi dalam penelitian ini bersifat penting. Kejadian tersebut mendorong suatu perusahaan agar tidak mengalami kondisi *financial distress* apalagi hingga mengalami kebangkrutan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari Putri, P. A. D. W. (2021) yang berjudul “*The Effect of Operating Cash Flows, Sales Growth, and Operating Capacity in Predicting Financial Distress.*”. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah : Pertama, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan variabel *operating capacity* dan *sales growth* sebagai variabel independen nya. Kedua, pada penelitian ini menambahkan *profitability* sebagai variabel independen yang bertujuan untuk melihat seberapa efisien perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Ketiga, selain itu pada penelitian ini juga menambahkan *firm size* sebagai variabel kontrol karena bertujuan untuk melihat keseluruhan aset yang dimiliki oleh perusahaan.

Keempat, perbedaan objek penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019, Pada penelitian ini menggunakan perusahaan sektor ritel yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2017-2021 dikarenakan pada beberapa tahun terakhir ini terdapat beberapa perusahaan sektor ritel mengalami penurunan penjualan sehingga berpotensi mengalami kesulitan keuangan dan adanya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan peningkatan signifikan terhadap minat belanja *online*, selain itu sektor ritel merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam menunjang kebutuhan konsumen serta memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Menurut Menteri Perdagangan, sektor ritel memberikan angka sebesar lebih dari 50% terhadap total PDB dalam lima tahun terakhir. Kelima, penelitian ini membandingkan periode sebelum dan semasa pandemi Covid-19 karena ingin mengetahui apakah terdapat dampak Covid-19 terhadap kondisi keuangan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penelitian ini mengangkat topik yang berjudul ***“Operating Capacity, Profitability, Sales Growth Memengaruhi Financial Distress Pada Perusahaan Sektor Ritel Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021: (Sebelum dan Semasa Pandemi Covid-19)”***.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas untuk meminimalisir masalah mengenai *financial distress* agar fokus pada penelitian dan tidak meluas, maka penelitian ini dibatasi pada analisis *operating capacity*, *profitability*, *sales growth* terhadap *financial distress* pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021 dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan tersebut.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan diatas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Adanya ketidakstabilan kondisi keuangan pada perusahaan sektor ritel yang menyebabkan perusahaan mengalami kesulitan keuangan bahkan hingga beberapa perusahaan menutup gerai di masa sebelum dan setelah pandemi Covid-19.
2. Adanya penurunan laba yang mengakibatkan kebangkrutan dalam perusahaan sektor ritel.
3. Adanya hasil penelitian terdahulu yang berbeda-beda mengenai *financial distress*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *operating capacity* berpengaruh terhadap *financial distress* pada perusahaan sektor ritel di BEI periode 2017-2021?
2. Apakah *profitability* berpengaruh terhadap *financial distress* pada perusahaan sektor ritel di BEI periode 2017-2021?
3. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap *financial distress* pada perusahaan sektor ritel di BEI periode 2017-2021?

1.5 Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini hanya berfokus pada *operating capacity*, *profitability*, dan *sales growth* terhadap *financial distress*.
2. Penelitian ini menggunakan Altman Z-Score sebagai proksi terhadap *financial distress*.
3. Penelitian ini akan membandingkan periode pada masa sebelum pandemi Covid-19 dan setelah pandemi Covid-19.
4. Sampel dalam penelitian ini merupakan perusahaan sektor ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *operating capacity* terhadap *financial distress* pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
2. Untuk menganalisis pengaruh *profitability* terhadap *financial distress* pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.
3. Untuk menganalisis pengaruh *sales growth* terhadap *financial distress* pada perusahaan sektor ritel yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi beberapa pihak untuk memprediksi potensi terjadinya *financial distress* di suatu perusahaan, manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini akan memberikan pengetahuan serta pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *financial distress*.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *financial distress* serta dapat dijadikan referensi tambahan untuk mahasiswa yang ingin melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi *financial distress*.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam mempelajari masalah yang sama sehingga keterbatasan yang ada pada penelitian ini dapat diperbaiki pada penelitian selanjutnya.

1.8 Sistematika Penulisan

Sebagai bentuk pemahaman materi yang diperoleh dalam penelitian ini, sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab dengan penyajian sebagai berikut :

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini menguraikan latar belakang, ruang lingkup masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan secara singkat.

BAB II: Landasan Teori

Pada bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian ini dan penelitian terdahulu serta dalam pembuatan kerangka dan hipotesis penelitian.

BAB III: Metodologi Penelitian

Pada bab ini menguraikan tentang objek penelitian, desain penelitian, populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, teknik

pengumpulan data, operasionalisasi variabel, metode penelitian, analisis data, dan teknik pengujian hipotesis.

BAB IV: Analisa dan Pembahasan

Pada bab ini menguraikan mengenai metode penelitian yang telah ditetapkan untuk menguji hipotesis dan membahas hasil penelitian.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini memberikan kesimpulan atas hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran yang berhubungan dengan penelitian.

