

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kementerian Perdagangan menilai prospek bisnis ritel modern saat ini masih cukup menjanjikan. Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan, mengatakan bahwa prospek bisnis ritel modern tahun ini secara umum masih menunjukkan tren yang positif. Hal ini dapat terlihat dari perkembangan pertumbuhan konsumsi barang yang menjadi kebutuhan sehari-hari FMCG, karena FMCG merupakan jenis produk yang menjadi andalan penjualan ritel, (kemendag.go.id). Data Nielsen, menjabarkan bahwa pertumbuhan konsumsi FMCG selama bulan April 2018 sampai April 2019 tumbuh positif sebesar 1,8%. Meskipun masih bertumbuh di bawah inflasi, capaian tersebut lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya tumbuh sebesar 1%. Adapun, konsumsi FMCG di ritel modern tumbuh sebesar 6,6% dengan rincian untuk format minimarket tumbuh sebesar 12,1% sedangkan untuk format supermarket dan hypermarket tumbuh negatif sebesar -6,8%. Data ini dapat diartikan bahwa saat ini masyarakat lebih suka berbelanja kebutuhan sehari-hari di toko swalayan yang berformat minimarket karena lokasinya lebih dekat dengan pemukiman, lebih praktis karena tanpa harus mengelilingi area belanja yang luas untuk mencari barang yang ingin dibeli. Hal ini dapat diartikan bahwa masyarakat sudah banyak beralih berbelanja FMCG di ritel modern.

Di kawasan Asia Pasific, Indonesia menempati urutan kedua setelah China dalam hal transaksi ritel. Ketua Umum Asosiasi Peritel Indonesia (Aprindo), mengatakan bahwa saat ini industri yang paling berkembang adalah jenis minimarket. Pertumbuhan minimarket di atas 15% per tahun dan masih bisa buka hingga 1000 gerai pertahun.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pada 2016 sektor ritel memiliki kontribusi 15,24% terhadap total PDB dan menyerap tenaga kerja sebesar 22,4 juta atau 31,81% dari tenaga kerja non pertanian.

Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) mengakui bahwa persaingan usaha di sektor ritel saat ini sangat ketat. Belum lagi berubahnya perilaku berbelanja

masyarakat ke platform online mengharuskan banyak usaha ritel mengubah bisnisnya (<https://ekbis.sindonews.com>).

Istilah strategi juga sering digunakan dalam bisnis ritel, seperti strategi merchandise, strategi lokasi, strategi promosi, ataupun strategi penetapan merek yang dikeluarkan oleh pihak ritel itu sendiri (*private label*). Strategi tersebut memengaruhi keputusan ritel terutama pengambilan keputusan yang strategis. Menurut Berman dan Evans (2007:12) strategi ritel adalah keseluruhan rencana atau kerangka kerja yang memandu *actions* dari peritel. Strategi ritel idealnya hanya bertahan selama satu tahun.

PT Modern Sevel Indonesia (MSI) telah mengibarkan bendera putih dalam mengelola serta mengembangkan 7-eleven (Sevel) di Indonesia. PT Modern International Tbk (MDRN) selaku induk usaha mengumumkan penutupan seluruh gerai sevel di Indonesia per 30 Juni 2017 (<https://finance.detik.com>).

Kejayaan bisnis Sevel terjadi pada 2014 semenjak mereka membuka gerai di Bulungan Jakarta Selatan pada 2009. Penjualan bersih 2014 naik 24,5 persen menjadi Rp971,7 miliar dari tahun sebelumnya yang hanya Rp778,3 miliar. Namun, keterpurukan Sevel mulai terjadi pada 2015, kala itu total penjualan bersih Sevel turun menjadi Rp886,84 miliar. Untuk pertama kalinya 7-Eleven melakukan penutupan gerai. Tahun itu, ada 20 gerai yang ditutup. Sementara gerai baru hanya dibuka 18, angka terkecil penambahan gerai sejak 2011. Binus Business Review edisi 1 Mei 2013 mengungkapkan peta persaingan dalam industri convenience store sudah diprediksi tidak akan menarik lagi pada masa mendatang karena kemungkinan persaingan akan semakin ketat. Dengan jumlah pemain yang semakin banyak, maka bayangan laba di masa mendatang akan semakin sempit (<https://tirto.id>).

**Tabel 1.1.** Keadaan Keuangan PT Modern Internasional Tbk, Tahun 2012-2016

Uraian / Description	2012	2013	2014	2015	2016
Penjualan / Sales	1.099.310	1.273.490	1.437.940	1.228.726	891.421
Laba Bruto / Gross Profit	370.233	492.369	585.055	403.300	273.266
Laba Operasi / Operational Profit	121.599	116.167	152.018	82.725	(764.315)
Laba Komprehensif Profit tahun berjalan / Comprehensive Income For The Year	55.726	50.146	38.989	(54.768)	(638.720)
Jumlah Saham – ditempatkan dan disetor penuh / Sum of Issued and Fully Paid Share	4.158.816.363	4.158.816.364	4.574.697.999	4.574.697.999	4.574.697.999
Total Aset / Total Assets	1.734.346	1.889.619	2.489.343	2.488.621	1.982.423
Total Liabilitas / Total Liability	747.465	865.580	1.205.318	1.204.924	1.337.119
Total Ekuitas / Total Equity	986.890	1.024.038	1.284.024	1.283.697	645.303
Total Aset / Total Assets	1.734.346	1.889.619	2.489.343	2.488.621	1.982.423
Total Liabilitas / Total Liability	747.465	865.580	1.205.318	1.204.924	1.337.119
Total Ekuitas / Total Equity	986.890	1.024.038	1.284.024	1.283.697	645.303

Sumber : Laporan Keuangan MDRN diolah (2016)

Melansir laporan manajemen pada tahun 2012, MDRN mencatatkan keterpaduan kebutuhan masyarakat perkotaan merupakan konsep yang ditawarkan 7-Eleven telah mendongkrak kinerja Perseroan sepanjang tahun 2012 dengan pencapaian penjualan sebesar 507,4 miliar dan menyumbangkan kontribusi sebesar 50% dari total penjualan perseroan dan entitas anak.

Melansir laporan manajemen pada tahun 2013, MDRN perseroan melalui entitas anak, 7-Eleven, telah berhasil menggiring Perseroan menapaki langkah menuju visi ritel Perseroan menjadi Food Destination Store. Hal ini terbukti dengan pertumbuhan bisnis 7-Eleven yang tumbuh hingga mencapai sebesar 61% kontribusi dari total penjualan Perseroan dengan indikator total gerai sebanyak 150 gerai pada tahun 2013 dan mencatatkan penjualan bersih MDRN senilai Rp1.273,4 miliar.

Melansir laporan manajemen pada tahun 2014, MDRN sepanjang tahun 2014, Perseroan berhasil mencatatkan aset sebesar Rp. 2.38 Triliun atau meningkat 26% dibandingkan tahun 2013 yang tercatat sebesar Rp.1.89 Triliun. Perseroan sepanjang 2014 sangat baik dengan mencatatkan laba operasi sebesar Rp.152 Miliar, tumbuh 29,5% dari periode yang lalu.

Melansir laporan manajemen pada tahun 2015, MDRN sepanjang tahun 2015, Perseroan mencatatkan nilai penjualan sebesar Rp 1.228,7 miliar mencatatkan penurunan sebesar 14,5% dibandingkan tahun 2014 yang tercatat sebesar Rp1.437,9 miliar.

Melansir laporan manajemen pada tahun 2016, MDRN mencatatkan penjualan bersih tahun 2016 sebesar Rp 891,4 miliar. Angka tersebut turun 27,45% dibanding penjualan bersih periode yang sama ditahun 2015 sebesar Rp 1228,7 miliar. Penurunan penjualan ini merupakan dampak dari restrukturisasi perseroan dan juga perampingan operasi bisnis yang sedang dijalankan oleh PT Modern Internasional.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat analisis mengenai kinerja keuangan PT Modern Internasioal Tbk (MDRN) untuk periode tahun 2012-2016.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana kinerja keuangan perusahaan pada PT Modern Internasional Tbk pada periode 2012-2016 dilihat dari analisis rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas, profitabilitas dan analisis Altman z-score ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja perusahaan pada PT Modern Internasional sehingga memutuskan untuk ditutupnya seluruh gerai (7 Eleven) di Indonesia yang merupakan salah satu core bisnis retail entitas anak perusahaan PT Modern Internasional Tbk dilihat dari analisis rasio keuangan likuiditas, solvabilitas/leverage, aktifitas, probabilitas dan analisis Altman z-score.

## 1.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu :

### 1. Bagi peneliti

- (1) Menambah pengalaman dalam melakukan penelitian ilmiah
- (2) Dapat membandingkan antara teori manajemen keuangan dalam pembelajaran di perkuliahan dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan.
- (3) Dapat membandingkan antara teori manajemen keuangan khususnya analisis rasio dan analisis kebangkrutan dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan.

### 2. Bagi objek penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para pelaku bisnis retail sebagai strategi manajemen keuangan sehingga dapat mencapai kinerja keuangan yang maksimal, melalui analisis rasio keuangan dan analisis kebangkrutan Altman z-score.