

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

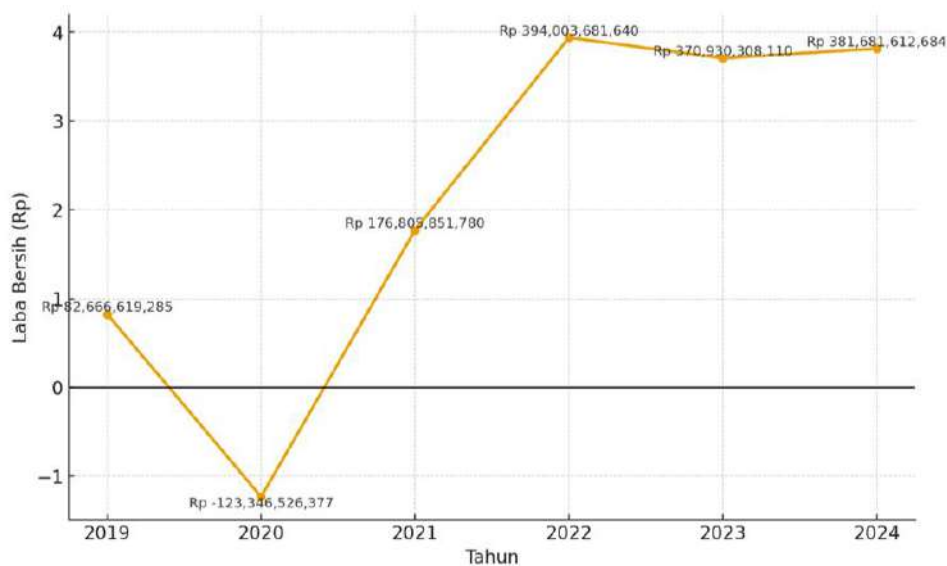
Perkembangan di ranah bisnis memerlukan proses manajemen profesional yang ditingkatkan. Perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan lingkungan internal dan eksternal. Hal ini didorong oleh pesaing yang muncul yang memDampak i perusahaan di dalam negeri dan internasional (Kertati et al., 2023). Selain itu, persaingan industri yang semakin intensif ditandai dengan masuknya barang impor ke pasar Indonesia, ditambah dengan kemajuan teknologi yang memfasilitasi produksi dan pemasaran, mendorong perusahaan untuk tetap kompetitif (Romel, 2021).

Evolusi Internet telah secara signifikan menguntungkan berbagai sektor, termasuk ritel. Perusahaan ritel menjual barang atau jasa melalui berbagai outlet, termasuk pasar modern dan department store. Ritel di Indonesia dikategorikan ke dalam sektor modern dan tradisional. Ritel modern, dibentuk oleh kemajuan teknologi dan preferensi konsumen untuk kenyamanan, mencakup barang-barang penting dan barang-barang khusus (Tuliabu et al., 2022). Seperti perusahaan lain, perusahaan ritel bertujuan untuk profitabilitas maksimum. Sektor ritel dipilih karena teramati fluktuasi pendapatan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2024, sebagaimana diilustrasikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Laba Bersih Sektor Retail Yang Terdaftar di BEI Periode 2019–2024

(Dalam Jutaan Rupiah)							
No	Emiten	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	ACES	1,030,105,904,792	733,195,452,445	690,770,530,338	664,342,863,394	763,507,487,621	892,043,887,180
2	AMRT	1,112,513,000,000	1,061,476,000,000	1,925,874,000,000	2,855,284,000,000	3,403,657,000,000	3,148,107,000,000
3	BOGA	9,814,928,852	9,743,363,290	27,497,597,310	14,722,660,670	7,458,500,675	(27,954,100,890)
4	CARS	(79,977,361,187)	(1,008,945,319,453)	(446,868,864,830)	136,837,845,388	173,773,637,695	210,445,910,430
5	CSAP	60,833,682,000	60,477,744,000	211,514,218,000	239,115,408,000	182,447,094,000	184,832,585,000
6	DAYA	18,539,711,000	(48,816,999,000)	(51,708,764,000)	(40,023,559,000)	(16,188,988,000)	45,674,833,000
7	DMND	364,337,000,000	200,434,000,000	346,507,000,000	377,895,000,000	311,183,000,000	363,944,000,000
8	ECII	33,272,033,902	(20,502,166,781)	8,728,077,067	12,435,795,169	13,061,650,929	8,494,709,060
9	EPMT	580,629,918,596	680,597,939,678	847,881,142,916	847,532,822,398	688,498,562,591	741,773,914,590
10	ERAA	295,066,452,000	612,004,625,000	1,012,375,634,000	1,012,872,953,000	826,049,833,000	1,032,546,782,000
11	GLOB	(39,725,499,627)	(50,608,081,748)	(58,735,862,555)	(69,493,216,456)	(82,036,373,803)	(90,336,209,220)
12	HERO	70,636,000,000	(1,214,602,000,000)	(932,079,000,000)	(307,744,000,000)	(132,165,000,000)	(5,585,000,000)
13	IMAS	121,769,771,786	(675,710,445,502)	(255,340,000,000)	443,499,000,000	632,522,000,000	233,738,000,000
14	KMDS	31,585,508,477	15,746,218,605	33,530,231,755	48,215,258,432	51,415,826,116	54,881,468,650
15	LPPF	1,366,884,000,000	(873,181,000,000)	912,854,000,000	1,383,222,000,000	675,360,000,000	827,653,000,000
16	MAPA	693,177,000,000	4,338,000,000	250,752,000,000	1,175,458,000,000	1,388,473,000,000	1,353,998,000,000
17	MAPI	933,493,000,000	(585,304,000,000)	420,176,000,000	2,109,640,000,000	1,893,549,000,000	1,767,617,000,000
18	MIDI	203,061,000,000	200,272,000,000	269,687,000,000	398,918,000,000	516,658,000,000	546,407,000,000
19	MPMX	433,065,000,000	190,425,000,000	411,735,000,000	661,732,000,000	525,621,000,000	582,469,000,000
20	MPPA	(552,674,000,000)	(405,307,000,000)	(337,548,000,000)	(429,634,000,000)	(255,350,000,000)	(118,107,000,000)
21	PCAR	(10,257,599,104)	(15,957,991,606)	1,278,343,380	4,932,611,284	9,203,977,250	(348,920,404)
22	PMJS	131,168,442,135	56,994,252,084	154,089,241,574	278,766,285,304	222,159,637,045	109,501,769,008
23	RALS	647,898,000,000	(138,874,000,000)	166,161,000,000	351,998,000,000	300,363,000,000	314,055,000,000
24	RANC	56,339,859,609	75,065,288,363	8,467,059,708	(83,682,087,883)	(120,555,696,000)	-
25	SDPC	7,880,007,292	2,804,331,066	9,571,235,584	24,464,054,875	33,087,528,526	16,928,878,936
26	SLIS	29,452,316,595	26,465,223,822	25,183,425,055	42,163,332,291	21,228,011,135	4,703,739,327
27	SONA	78,219,111,499	(131,555,433,792)	(57,300,993,143)	(48,290,136,664)	(9,845,110,179)	38,592,359,225
28	TELE	(5,571,740,000,000)	(2,566,951,000,000)	(114,922,000,000)	(330,566,000,000)	(89,315,000,000)	(22,266,000,000)
29	TRIO	(17,088,974,878)	(107,726,887,576)	(276,596,537,437)	-	-	-
30	TURI	582,707,000,000	42,799,000,000	538,482,000,000	898,403,000,000	-	-
31	WICO	(27,568,919,425)	(41,008,773,290)	(115,139,460,313)	(137,839,403,241)	(111,023,368,335)	-
32	ZONE	51,915,522,801	(34,876,183,678)	30,912,002,547	72,939,325,506	46,971,649,242	-
Rata-rata		82,666,619,285	(123,346,526,377)	176,805,851,780	394,003,681,640	370,930,308,110	381,681,612,684

Sumber : Data Primer Bursa Efek Indonesia



Sumber : Data Diolah

Gambar 1.1
Rata-Rata Labas Bersih Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI

Generasi laba perusahaan yang tidak konsisten mencerminkan kinerja yang berfluktuasi yang berdampak pada profitabilitas secara keseluruhan. Industri ritel, sebagai sektor strategis, sangat penting untuk menilai daya beli konsumen dan stabilitas ekonomi. Menganalisis kinerja keuangan perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia sangat penting untuk memahami efisiensi operasional dan strategi manajemen dalam mengoptimalkan pengembalian investor (Fauzi et al., 2024).

Pengembalian Investasi (ROI) berfungsi sebagai metrik penting untuk mengevaluasi efektivitas modal dalam menghasilkan laba bersih, yang mencerminkan profitabilitas dan efisiensi manajemen sumber daya manajerial. Bagi investor, ROI adalah referensi pengambilan keputusan utama, yang memerlukan pemahaman komprehensif tentang faktor-faktor internal yang memDampaknya, terutama di sektor ritel yang berubah dengan cepat.

Matahari Department Store (LPPF) melaporkan peningkatan laba bersih 97,3% pada Q1 2025 dibandingkan tahun sebelumnya, didorong oleh kenaikan penjualan 24,6% dan peningkatan margin kotor. Namun demikian, analisis mengungkapkan tren ROI yang menurun meskipun keuntungan melonjak, dengan penurunan dari $\pm 16\%$ pada tahun 2021 menjadi -14% pada tahun 2022, menunjukkan keterputusan antara peningkatan laba bersih dan ROI.

Rasio keuangan utama, termasuk Current Ratio (CR), Return on Equity (ROE), Debt to Asset Ratio (DAR), Perputaran Persediaan (TI), dan Pertumbuhan Penjualan (SG), menawarkan wawasan tentang likuiditas perusahaan, profitabilitas, struktur modal, efisiensi operasional, dan pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan Penjualan menandakan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan, berdampak pada ROI; Namun, efek simultan atau individual dari rasio ini pada ROI di ritel Indonesia belum diteliti secara menyeluruh baru-baru ini.

Memetakan faktor keuangan yang memDampak i ROI sangat penting bagi peneliti untuk memenuhi kebutuhan investor dan manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Di tengah tantangan global seperti gangguan digital, perubahan perilaku konsumen, dan volatilitas ekonomi, perusahaan ritel harus menjaga efisiensi, likuiditas, pertumbuhan penjualan, dan ROI yang kompetitif (Pratama et al., 2024). Studi ini membahas kebutuhan ini melalui analisis empiris perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019 hingga 2024.

Sektor ritel sangat penting bagi perekonomian nasional dan sangat diDampak i oleh transformasi digital dan perubahan perilaku konsumen. Selain itu, perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia (BEI) menyediakan data keuangan yang dapat diakses, memfasilitasi penelitian empiris. Akibatnya, para peneliti bertujuan untuk menyelidiki korelasi antara variabel-variabel ini melalui studi berjudul “Dampak Current Ratio, Return on Equity, Debt to Asset Ratio, Inventory Turnover dan Sales Growth terhadap Return on Investment pada Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2024.”

1.2. Tinjauan Teori Kepustakaan

1.2.1. Teori Dampak Current Ratio Terhadap Return on Investment

Current Ratio atau Rasio Lancar (CR) adalah indikator likuiditas yang mencerminkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancarnya (Kasmir, 2018). Likuiditas yang sehat memberikan perusahaan kesempatan untuk mempertahankan efisiensi operasional, membiayai investasi, dan memanfaatkan peluang bisnis, yang berpotensi meningkatkan Return on Investment (ROI) (Sipayung & Hulu, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Sipayung & Hulu (2022) menunjukkan bahwa CR memiliki dampak positif terhadap ROI; namun, Dampak ini hanya signifikan ketika dana likuid digunakan secara efisien dalam kegiatan produktif.

1.2.2. Teori Dampak Return on Equity Terhadap Return on Investment

Return on Equity (ROE) mengukur profitabilitas perusahaan relatif terhadap modal pemegang saham (Kasmir, 2018). Rasio ini menunjukkan efektivitas manajemen dalam memanfaatkan ekuitas untuk menghasilkan keuntungan. ROE yang tinggi menandakan manajemen modal yang unggul dan dapat meningkatkan ROI ketika keuntungan diinvestasikan kembali dengan bijak. Penelitian oleh Agustina et al., (2024) menegaskan korelasi positif antara ROE dan ROI di perusahaan komersial, menyoroti peran penting efisiensi ekuitas dalam hasil investasi.

1.2.3. Teori Dampak Debt to Asset Ratio Terhadap Return on Investment

Debt to Asset Ratio atau Rasio Utang terhadap Aset (DAR) mengukur tingkat pembiayaan aset melalui utang. DAR yang lebih tinggi menunjukkan peningkatan ketergantungan pada pendanaan eksternal. Utang yang dikelola dapat meningkatkan keuntungan dan ROI, tetapi penggunaan yang buruk dapat merusak kinerja keuangan. Penelitian menunjukkan dampak negatif DAR terhadap ROI di industri Indonesia tertentu ketika utang menutupi kerugian. Ini sejalan dengan teori struktur modal optimal, yang menekankan penyeimbangan utang dan modal untuk profitabilitas dan nilai jangka panjang.

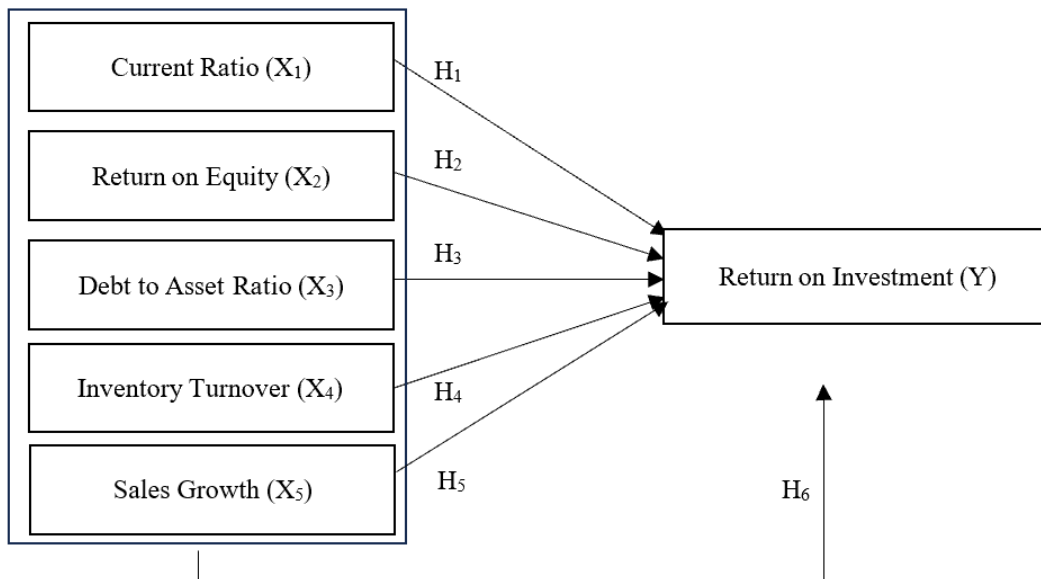
1.2.4. Teori Dampak Inventory Turnover terhadap Return on Investment

Inventory Turnover atau Perputaran Persediaan mengukur seberapa cepat perusahaan menjual dan mengganti inventarisnya. Ini dihitung dengan membagi Biaya Penjualan dengan persediaan rata-rata. Perputaran Persediaan yang lebih tinggi menunjukkan efisiensi manajemen inventaris yang lebih baik (Kasmir, 2018). Penelitian oleh Firdaus (2024) menunjukkan bahwa perputaran persediaan berdampak positif pada ROI, meningkatkan profitabilitas dan efektivitas investasi. Sebaliknya, sebuah studi oleh Khalik (2021) menunjukkan bahwa perputaran persediaan tidak secara signifikan berdampak ROI, karena peningkatan manajemen persediaan tidak selalu mengarah pada keuntungan yang lebih tinggi.

1.2.5. Teori Dampak Sales Growth terhadap Return on Investment

Sales Growth atau Pertumbuhan Penjualan mengukur persentase peningkatan penjualan bersih dari waktu ke waktu (Kashmir, 2018). Rasio ini menunjukkan seberapa baik bisnis dapat mempertahankan dan menumbuhkan pendapatannya. Kenaikan pertumbuhan penjualan menandakan permintaan pasar yang lebih tinggi, berpotensi meningkatkan keuntungan. Penelitian oleh Ikayanti dan Nurul (2022) menunjukkan bahwa SG berdampak positif pada ROI di manufaktur Indonesia, menyoroti bahwa peningkatan penjualan meningkatkan kinerja investasi.

1.3. Kerangka Konseptual



Gambar 1.2
Kerangka Konseptual

1.4. Hipotesis Penelitian

- H₁: Current Ratio merupakan penentu yang signifikan kepada kinerja ROI pada Perusahaan Ritel di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2024.
- H₂: Return on Equity penentu yang signifikan kepada kinerja ROI pada Perusahaan Ritel di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2024.
- H₃: Debt to Asset Ratio penentu yang signifikan kepada kinerja ROI pada Perusahaan Ritel di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2024.
- H₄: Inventory Turnover penentu yang signifikan kinerja ROI pada Perusahaan Ritel di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2024.
- H₅: Sales Growth penentu yang signifikan kinerja ROI pada Perusahaan Ritel di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2024.
- H₆: Current Ratio, Return on Equity, Debt to Asset Ratio, Inventory Turnover dan Sales Growth penentu yang signifikan kepada kinerja ROI pada Perusahaan Ritel di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2024.