

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berakhirnya pandemi COVID-19 yang kini statusnya berubah menjadi endemi³ merupakan sebuah suasana baru yang menjadi awal bagi beberapa negara untuk membangkitkan kembali roda perekonomian. Dengan adanya pelonggaran aktivitas masyarakat yang berkaitan dengan ekonomi salah satunya transaksi jual beli, diharapkan dapat mendorong serta mempercepat perputaran uang yang beredar. Semakin cepat terjadinya perputaran uang maka dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi, investasi, konsumsi masyarakat dan juga keberlanjutan suatu bisnis.

Pertumbuhan ekonomi pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa komponen yaitu sektor-sektor yang menjadi pendorong dengan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar. Menurut Candra, (2022) salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah sektor *retail* yang menjadi penggerak konsumsi rumah tangga, yang mencakup beberapa sub-sektor diantaranya sektor makanan dan minuman, sandang, barang-barang, rumah tangga, dan elektronik. Dimana pada tahun 2022 sektor *retail* ini memiliki nilai kontribusi mencapai 53,56% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Representasi dari kontribusi sektor *retail* ini dapat dijelaskan melalui sebuah alat ukur yang dinamakan Indeks Penjualan Riil (IPR). Indeks Penjualan Riil (IPR) adalah sebuah metrik yang mengukur indikator konsumsi rumah tangga, diperoleh dari data penjualan eceran. Penafsirannya adalah jika nilai Indeks Penjualan Riil

(IPR) meningkat, dapat diasumsikan bahwa penjualan eceran juga meningkat, sehingga konsumsi rumah tangga ikut meningkat. Sebaliknya, jika nilai Indeks Penjualan Riil (IPR) menurun atau berada dibawah standar, dapat diasumsikan bahwa penjualan eceran dan konsumsi rumah tangga mengalami penurunan (Ahdiat, 2023).

Menurut Bank Indonesia, jika dilihat dan diukur dari Indeks Penjualan Riil (IPR) nilai IPR pada April 2023 naik mencapai 242,9 dimana angka tersebut merupakan rekor tertinggi selama pandemi. Berikut merupakan grafik dari Indeks Penjualan Riil (IPR) selama kurang lebih 5 tahun terakhir (Ahdiat, 2023):

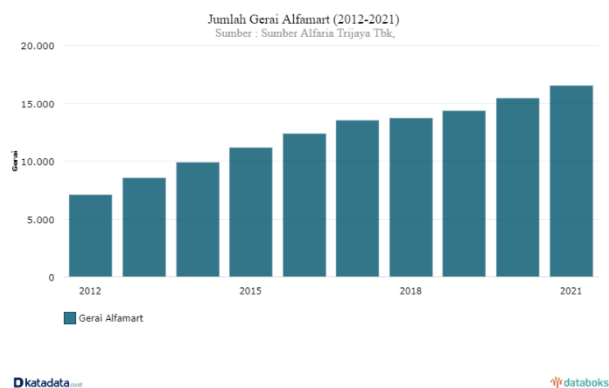


Gambar 1. 1 Data Indeks Penjualan Riil Indonesia Januari 2019 – April 2023

Dalam grafik tersebut terlihat perbedaan nilai Indeks Penjualan Riil (IPR) tahun 2020 ketika pandemi dengan tahun 2023 pasca pandemi, nilai Indeks Penjualan Riil (IPR) tahun 2020 merepresentasikan penjualan eceran dan konsumsi rumah tangga yang menurun sejalan dengan deflasi perekonomian akibat pandemi COVID-19. Dimana pada kurun waktu 2020 banyak beberapa Perusahaan *retail* yang terpaksa menutup beberapa cabang Perusahaan bahkan dalam titik tertentu menyandang status pailit.

Dikutip dari ekonomi bisnis, pada tahun 2020 tercatat tujuh perusahaan *retail* telah melakukan penutupan sejumlah gerai, dan tiga diantaranya bahkan terpaksa menghentikan seluruh operasionalnya. Matahari, Gramedia, Kinokuniya, dan Transmart adalah beberapa perusahaan *retail* yang telah menutup sejumlah gerainya diberbagai lokasi. Penutupan ini diambil sebagai langkah terakhir dan sesuai prosedur perseroan, sebagai alternatif untuk mengurangi biaya operasional dan menjaga keberlanjutan pusat bisnis. Disisi lain, Giant, Centro, dan Golden Truly terpaksa menutup semua cabangnya dan menghadapi status pailit (Anggela, 2023).

Uniknya ditengah kondisi beberapa sektor yang mulai melemah, ada beberapa Perusahaan yang kondisinya kontradiktif dengan kebanyakan fenomena yang terjadi. Contohnya pada sektor *retail*, PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) atau lebih dikenal dengan Alfamart, selama kurun waktu 2020-2021 telah melakukan ekspansi dengan menambah gerainya di beberapa kabupaten atau kota. Data tersebut tercermin dalam sebuah grafik berikut (Kusnandar, 2022):



Gambar 1. 2 Data Jumlah Gerai Alfamart Tahun 2012 - 2021

Seperti yang terlihat pada grafik di atas, selama periode tahun 2020 gerai Alfamart bertambah 1.124, kemudian pada 2021 bertambah lagi 1058 unit. PT Alfaria Trijaya Tbk ini merupakan jaringan *retail* terbesar Indonesia, pada masa pandemi Perusahaan dengan nama *brand* Alfamart ini telah memiliki 4.219 gerai dan 1.200 gerai yang beroperasi di Philipina yang merupakan gerai waralaba.

Selain Alfamart, Perusahaan yang memiliki kode emiten ERAA yang kemudian disebut Erajaya juga gencar melakukan ekspansi dengan membuka ratusan gerai *offline*. Dikutip dari detiknet, upaya perluasan yang dilakukan oleh Erajaya memiliki tujuan untuk mencapai lebih banyak konsumen dan sekaligus merupakan bagian dari strategi bisnis *omni channel* Perusahaan. Selama tahun 2020, Erajaya telah melakukan ekspansi dengan membuka 135 gerai, dan pada tahun 2021, Erajaya membuka 148 gerai tambahan. Selain dari 2 perusahaan tersebut terdapat beberapa perusahaan lain yang juga melakukan ekspansi selama COVID-19 misalnya PT Hero Supermarket Tbk. (HERO) dan PT Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) (Aulia, 2022).

Menurut Wahyuni & Subaida, (2021) ekspansi merupakan suatu perluasan usaha Perusahaan, baik dilihat dari aspek hasil produksi maupun penggunaan modalnya. Pada dasarnya sebuah keputusan ekspansi ini merujuk pada teori investasi, menurut Halim 2013 dalam Gracianita (2022) mengemukakan bahwa terdapat tipe-tipe keputusan dalam analisis investasi yaitu keputusan pemilihan aset baru, keputusan perluasan atau ekspansi, keputusan penggantian (*replacement*), dan keputusan menyewa atau membeli.

Suatu keputusan ekspansi yang diambil oleh suatu Perusahaan seringkali timbul dari berbagai pertimbangan, termasuk potensi profitabilitas perusahaan. Tingkat profitabilitas menjadi faktor kunci yang signifikan dalam membentuk keputusan ekspansi, dengan perusahaan cenderung mengevaluasi potensi keuntungan sebelum mengambil langkah signifikan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar kemungkinan perusahaan memilih ekspansi sebagai strategi pertumbuhan yang optimal. Keadaan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni & Subaida, (2021) salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan ekspansi adalah profitabilitas. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, (2020) juga menyatakan bahwa keputusan untuk melakukan ekspansi dipengaruhi oleh profitabilitas.

Selain itu, pertimbangan terhadap perluasan suatu bisnis didasarkan atas pembiayaan yang akan dialokasikan oleh suatu Perusahaan atau dengan kata lain bagaimana struktur modal atas keputusan tersebut, apakah dana yang akan digunakan berasal dari internal atau eksternal. Dimana keduanya mempunyai tingkat keterbatasan yang dapat dijadikan acuan mampu atau tidaknya suatu Perusahaan melakukan perluasan bisnis. Dalam konteks keputusan ekspansi, perluasan bisnis ini mengacu pada teori *pecking order* dimana Perusahaan akan memanfaatkan dana internal Perusahaan salah satunya berasal dari laba yang tidak dibagikan sebagai dividen atau biasa disebut dengan laba ditahan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hardianti (2020) yang menyebutkan bahwa Struktur modal yang diproksikan oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen (DPR) pada perusahaan yang tergabung

dalam indeks LQ45. Oleh karena itu, sangat penting dilakukan pemilihan struktur modal yang tepat sehingga dapat memberikan sumber daya finansial yang cukup untuk mendukung ekspansi tanpa menimbulkan ketidakstabilan finansial yang berlebihan.

Pertimbangan akan keputusan ekspansi Perusahaan tidak cukup apabila hanya melihat faktor yang berasal dari internal, karena beberapa diantaranya faktor eksternal ikut mempengaruhi hal tersebut. Keputusan perluasan bisnis ini harus

selaras dengan *trend* dan preferensi pasar, sehingga perusahaan harus memproyeksi apakah perluasan bisnis ini akan mendatangkan potensi dan peluang pertumbuhan bagi suatu Perusahaan atau tidak. Peluang akan pertumbuhan Perusahaan ini pada umunya dapat diketahui melalui sebuah pengukuran salah satunya adalah *growth opportunity*, melalui pengukuran ini keuntungan serta pembiayaan akan perluasan bisnis dapat digambarkan melalui potensi Perusahaan dimasa depan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, (2021) *growth opportunity* dapat mempengaruhi kebijakan dividen yang berkaitan dengan keputusan ekspansi melalui pembiayaan. Sehingga penting untuk memilih *growth opportunity* sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Dari beberapa penelitian terdahulu mengenai struktur modal, profitabilitas, dan *growth opportunity* yang menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan ekspansi melalui dividen, hal ini mengindikasikan keputusan ekspansi dapat didasari oleh beberapa variabel tersebut. Maka penelitian ini akan mengkaji fenomena diatas yang berfokus pada Perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk menguji apakah struktur modal, profitabilitas, dan *growth opportunity* berpengaruh terhadap keputusan ekspansi atau tidak.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, dan *Growth Opportunity* Terhadap Keputusan Ekspansi Pada Perusahaan Sektor *Retail* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana profitabilitas, struktur modal, *growth opportunity*, dan keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *growth opportunity* terhadap keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Bagaimana profitabilitas, struktur modal, *growth opportunity*, dan keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Bagaimana pengaruh struktur modal terhadap keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Bagaimana pengaruh *growth opportunity* terhadap keputusan ekspansi pada perusahaan sektor *retail* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi :

1.4.1 Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan khususnya pembahasan mengenai struktur modal, profitabilitas, *growth opportunity*, dan keputusan ekspansi.

1.4.2 Terapan Ilmu Pengetahuan

1. Bagi Penulis

Penelitian ini disusun sebagai syarat dalam penyusunan skripsi pada program studi manajemen. Serta menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan *growth opportunity* terhadap keputusan ekspansi. Serta dapat menerapkan, mengaplikasikan ilmu-ilmu dan pengalaman yang didapat selama kuliah.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan yang dapat digunakan oleh pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan mengenai pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan *growth opportunity* terhadap keputusan ekspansi.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi

Sebagai tambahan kepustakaan yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya, untuk menunjang tercapainya hasil karya tulis yang lebih baik. Juga diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi yang kiranya dapat memberikan manfaat untuk dijadikan bahan perbandingan petunjuk untuk keperluan penelitian pada masalah yang sama atau penelitian lanjutan. Serta menjadi tambahan referensi penelitian lain tentang materi yang berhubungan keputusan ekspansi.

4. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sumbangan pemikiran dan perbandingan yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan, bagi pembaca yang membutuhkannya. Serta penelitian ini dapat menjadi perbandingan bagi peneliti yang akan membahas serta mengembangkan lebih lanjut terutama dengan topik permasalahan yang sama.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis melakukan penelitian perusahaan sektor *retail* di Bursa Efek Indonesia melalui halaman *website* www.idx.com.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini selesai dalam waktu kurang lebih 9 (sembilan) bulan, mulai September 2023 sampai dengan Mei 2024. Adapun jadwal penelitian terlampir pada lampiran 1.