BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sejak Maret tahun 2020 *Covid-19* hadir di Indonesia dan membuat perubahan yang sangat besar baik bagi sektor ekonomi, pendidikan, maupun dalam sektor pariwisata. Pandemi *Covid-19* yang melanda Indonesia menyebabkan terkontraksinya khususnya pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama tahun 2020. Terkontraksinya pertumbuhan ekonomi di Indonesia ini terjadi akibat beriringan dengan kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia guna untuk menekan laju persebaran virus *Covid-19* agar tidak semakin parah. Adapun kebijakan tersebut dengan menerapkan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM), namun konsekuensi dari kebijakan ini adalah menurunnya aktivitas perekonomian dalam masyarakat yang berimbas kepada turunnya pendapatan di berbagai sektor usaha (Statistik, 2020). Tentunya dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terkait pemberlakuan PPKM menjadi pukulan di setiap pelaku usaha salah satunya perusahaan retail di Indonesia. Bahkan Menteri Keuangan Sri Mulyani (2021) mengatakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) memberikan dampak yang cukup besar terhadap sektor perekonomian di Indonesia karena pemberlakukan PPKM menjadikan mobilitas masyarakat dibatasi sangat ketat demi menekan penularan *Covid-19*. Dengan adanya pandemi yang beriringan dengan kebijakan dari pemerintah yang membatasi mobilitas aktifitas di luar rumah membuat kebanyakan orang berbelanja sandang, pangan, dan papan di luar rumah menjadi berkurang. Dalam hal tersebut membuat produk-produk yang ada di toko-toko besar atau sering disebut dengan mall akan menyebabkan penurunan kinerja keuangan pada perusahaan retail di Indonesia. Bagaimana tidak, masyarakat Indonesia saja takut untuk keluar rumah karena diluar penyebaran virus *Covid-19* yang memakan korban jiwa.

Selain itu imbas adanya PPKM menyebabkan banyak para pekerja perusahaan yang bergerak di bidang retail yang bekerja di rumah atau dikenal dengan istilah *Work From Home*, ada pula banyak para pekerja yang diberhentikan paksa. Dengan

kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah menyebabkan perusahaan yang bergerak di bidang retail tidak beroperasi seperti biasanya. Bisa dibayangkan jika perusahaan retail yang awalnya mendapat pemasukan dari penjualan produksi yang dipasarkan atau diperjualbelikan setiap harinya dengan mendapatkan omset yang menggiurkan, namun dengan adanya kebijakan pemerintah omset yang diharapkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang retail tidak mencapai nilai yang diharapkan oleh suatu perusahaan, hal tersebut akan pasti berimbas pada keberlangsungan hidup perusahaan. Dengan kebijakan dari pemerintah yang membatasi mobilitas aktivitas di luar rumah, perusahaan retail tentunya tidak diam, berbagai cara dilakukan guna dapat menstabilkan penjualan, salah satunya yakni penjualan secara online. Namun nyatanya persaingan secara online terbilang lebih berat, karena perdagangan retail yang berjualan secara online tidak memungut pajak terhadap konsumen, terlebih lagi soal persoalan izin usaha yang tidak mudah bagi para pengusaha retail offline (CNN INDONESIA, 2019). Menurut Vice President Corporate Communication Trans Retail Indonesia Satria Hamid (2019), "Persaingan offline semakin ketat, belum lagi ada pengaruh dari persaingan secara online."

Jika kinerja suatu perusahaan menurun secara terus menerus maka perusahaan akan masuk dalam kondisi kesulitan keuangan atau *finacial distress*. Dan jika suatu perusahaan dibiarkan dan kondisinya semakin memburuk perusahaan tersebut akan mengalami yang namanya kebangkrutan. Kebangkrutan juga merupakan sebuah proses yang bertahap dimulai dari kinerja keuangan yang menurun, *financial distress*, *default,* dan terakhir bangkrut (Ripha & Muyasaroh 2021). Sedangkan menurut Farida (2019) Kesulitan keuangan merupakan suatu situasi ketika sebuah perusahaan tidak mampu memenuhi kewajibannya, Hal ini terjadi sebagai tanda awal sebelum pada akhirnya hal yang paling buruk akan bisa terjadi, yaitu kebangkrutan. Kebangkrutan bukanlah suatu proses yang cepat bagi perusahaan, ada berbagai tahap dalam perusahaan untuk mengalami yang namanya kebangkrutan. Tanpa disadari dengan menurunnya daya beli masyarakat dan berkurangnya keinginan masyarakat dalam membeli produk ataupun jasa terhadap perusahaan retail secara tidak langsung mendorong hancurnya sektor industri ini.

Selama pandemi *Covid-19* berlangsung, tercatat ada beberapa perusahaan yang sudah melakukan PHK, seperti Sogo, Sogo yang sudah dikenal dengan produk-produk berkelas atas ini dikabarkan melakukan PHK terhadap 2.500 pekerjanya. Kemudian, PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) sepanjang tahun 2020 membukukan rugi bersih senilai Rp 873 miliar. PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk setidaknya sebanyak 13 gerai ditutup karena penurunan penjualan akibat pandemi *Covid-19*, aksi ini dilakukan sejak akhir Maret 2020 lalu. Menurut Onny Assad yang merupakan Ketua Bidang Hukum Serikat Pekerja Industri Ritel Indonesia kepada CNBC Indonesia mengatakan di Sogo saja sebanyak 2.500 karyawan sudah mendapatkan potongan gaji sepihak. Bahkan PT Matahari Department Store Tbk menutup gerainya sebanyak 25 gerai pada tahun 2020, penutupan gerai diakibatkan terkena dampak pandemi *Covid-19* yang cukup signifikan yang berimbas pada kinerja operasionalnya (CNBC Indonesia, 2020).

Bahkan Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Alphonsus Widjaja menyatakan "Selama pandemi mal tutup hingga 3 bulan dari bulan April sampai pertengahan Juni ini adalah periode terlama tutupnya pusat perbelanjaan sejak mereka berdiri" (Liputan6, 2020). Namun pada tanggal 15 Juni 2020 pusat perbelanjaan atau mall diizinkan beroperasi. "Pusat perbelanjaan atau mal dan pasar yang non-pangan baru bisa dimulai pada Senin tanggal 15 Juni, baru pusat pertokoan pasar-pasar mulai berkegiatan" ujar Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan di Balai Kota (CNBC Indonesia, 2020). Dengan dibukanya mall Ketua Asosiasi Pengelola Pusat Belanja (APPBI) menyatakan bahwa jam buka mall dari pukul 11.00 WIB sampai dengan pukul 20.00 WIB. Saat dibukanya kembali mall, sejumlah masyarakat mengaku tak semangat lagi mengunjungi pusat perbelanjaan alias mal di ibu kota meski ada wacana akan dibuka kembali pada 15 Juni mendatang. Mereka masih khawatir untuk bepergian ke tempat ramai karena penyebaran virus corona sampai saat ini masih belum berakhir (CNN Indonesia, 2020). Walaupun pemerintah mengizinkan pusat perbelanjaan dibuka kembali, namun penerapan protokol kesehatan wajib dilakukan oleh pengunjung mall maupun petugas mall saat jam operasional berlangsung. Dengan ketentuan sebelum masuk mall pengunjung wajib mencuci tangan di tempat yang sudah disediakan,

pengecekan suhu tubuh dengan suhu tubuh harus dibawah 37,5 derajat celcius yang dilakukan oleh petugas mall terhadap pengunjung, dan melakukan *physical distancing* dengan menjaga jarak minimal 1 meter. Sementara untuk petugas mall dan karyawan mall diwajibkan menggunakan masker, membawa *handsanitizer*, melakukan penyemprotan disinfektan secara rutin, dan membatasi jumlah pengunjung mall sebesar 50%. Selain itu mall juga menyiapkan peralatan *touchless* guna menghindari sentuhan pengunjung satu dengan pengunjung yang lainnya, hal tersebut dilakukan dalam upaya pencegahan virus *Covid-19* sehingga pengunjung yang datang ke mall sudah tidak merasa takut karena kebersihan dan taat protokol kesehatan yang ketat sudah dijalankan oleh para petugas mall (Liputan6, 2020).

Dengan seiring berjalannya waktu, berbagai strategi telah dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia dalam mencegah penularan *Covid-19* alhasil BPOM telah menerbitkan sertifikat *Lot Release* untuk 1,2 juta vaksin dari kedatangan pertama pada 6 Desember 2020, dan akan segera menerbitkan sertifikat *lot release* untuk 1,8 juta vaksin yang datang pada 31 Desember 2020 (KOMINFO, 2020). Vaksinasi pertama di Indonesia dilakukan pada tanggal 13 Januari 2021 oleh Presiden kita yakni Presiden Joko Widodo. Setelah itu proses vaksinasi dilanjutkan kepada seluruh masyarakat Indonesia di seluruh daerah. Vaksinasi merupakan suatu zat yang bertujuan untuk menciptakan kekebalan tubuh seseorang guna memutus rantai penularan virus *Covid-19*, dimana vaksinasi memberikan suatu perlindungan terhadap kesehatan masyarakat, dengan adanya vaksinasi ini diharapkan dapat memulihkan Indonesia seperti saat sebelum adanya pandemi. Namun di samping adanya vaksinasi yang diberikan oleh pemerintah, masyarakat Indonesia tetap harus menerapkan protokol kesehatan.

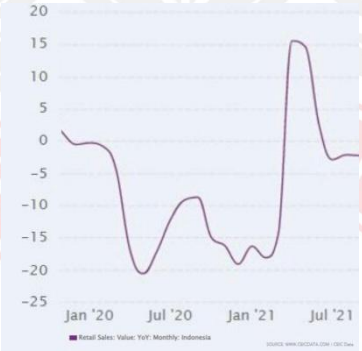
Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat tingkat mobilitas masyarakat mulai naik di berbagai tempat publik seiring pelonggaran kebijakan PPKM yang mulai dilakukan pada Agustus 2021. Kenaikan mobilitas terutama terjadi di tempat perdagangan retail dan rekreasi serta tempat transit. Pelonggaran PPKM membuat kunjungan masyarakat meningkat ke tempat ini, sehingga tingkat mobilitasnya membaik ke minus 13,2 persen pada Agustus 2021. Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Alphonzus Widjaja mengungkapkan

kunjungan warga ke pusat perbelanjaan mulai berangsur meningkat seiring dengan pelonggaran Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang ditetapkan pemerintah, beliau menilai pusat perbelanjaan sudah relatif jauh lebih aman dan sehat karena semua orang yang ada di dalamnya sudah divaksin (CNN Indonesia, 2021). Bahkan Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) memproyeksi pertumbuhan ritel hanya 2,5 persen-3 persen pada kuartal III 2021. Suahasil selaku Wakil Menteri Keuangan Republik Indonesia menyampaikan bahwa di tahun 2021 Indonesia memasuki fase pemulihan baik dari sisi kesehatan maupun perekonomian di Indonesia (Kementerian Keuangan, 2021).

Salah satu kunci keberhasilan untuk mendorong pemulihan industri retail adalah tingginya daya tarik atau daya beli masyarakat terhadap konsumsi rumah tangga (Pratiwi & Liana 2021). Mengingat akan besarnya kontribusi perusahaan sub sektor retail bagi perekonomian di Indonesia, sehingga pemerintah mendorong akan kebangkitan perusahaan sub sektor retail dari keterpurukan akibat pandemi *Covid-19*. Dalam hal ini pemerintah memberikan berbagai insentif salah satunya yakni realisasi Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) khususnya untuk industri retail dan pusat perbelanjaan atau mall (Pratiwi & Liana 2021). Pemberian insentif fiskal yang diberikan oleh pemerintah bertujuan untuk mendorong daya beli masyarakat. Menurut Ekonom *Institute for Development of Economics and Finance* (Indef), Bhima Yudhistira untuk meningkatkan minat belanja masyarakat dapat dilakukan dengan pemberian potongan PPN, yang saat ini berada di tarif 10%. Dengan besaran potongan yang mempertimbangkan rasio pajak dan defisit anggaran saat ini, dengan jangka waktu relaksasi serta membatasi produk yang memperoleh diskon PPN, misal diutamakan produk buatan dalam negeri. Selain itu, pemerintah dapat membantu dalam hal promosi produk pedagang retail ataupun bekerjasama dengan beberapa *marketplace*. Melalui perbaikan ekonomi dari sisi *demand* maupun *supply* diharapkan dapat memulihkan perekonomian di Indonesia.

Berdasarkan hasil CEIC Data Indonesia tercatat pertumbuhan penjualan retail saat pandemi hingga masa pemulihan menuju endemi virus *Covid-19* pada tahun 2020 hingga 2021. Dalam data terkait pertumbuhan penjualan retail di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini jika penjualan retail di Indonesia pada

tahun 2020 hingga tahun 2021 mengalami kenaikan penjualan retail. Artinya dapat dikatakan bahwa pada tahun 2021 perusahaan retail mampu meningkatkan daya beli masyarakat Indonesia. Penurunan dalam tahun 2020 dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satu faktor terbesar saat ini adalah krisis ekonomi akibat pandemi *Covid-19* yang melanda di seluruh dunia dan merugikan banyak perusahaan, termasuk di dalamnya perusahaan yang bergerak dalam industri retail yang mengandalkan penjualan sebagai kegiatan operasinya (Ripha & Muyasaroh 2021).

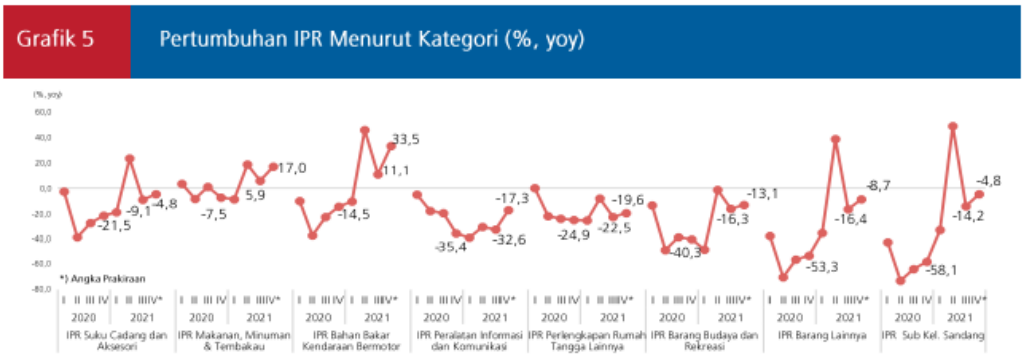


Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Retail di Indonesia

Sumber. CEIC DATA

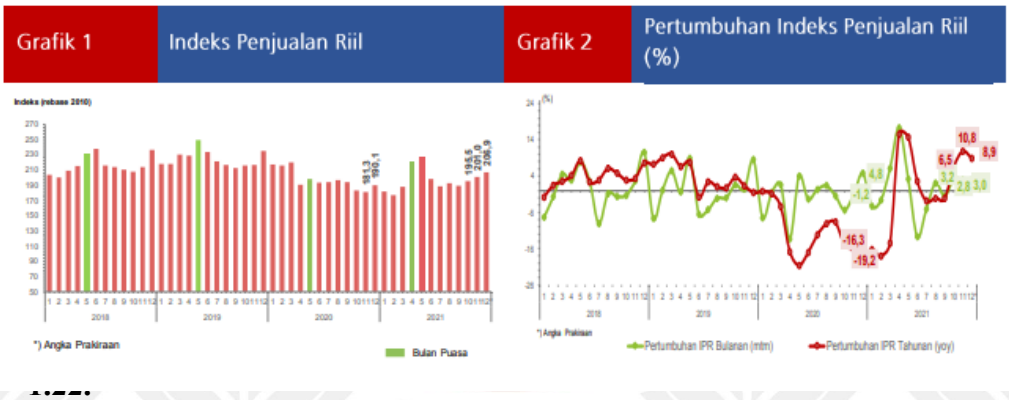
Selain itu Bank Indonesia melakukan survei terhadap penjualan eceran pada tahun 2020 hingga tahun 2021. Survei tersebut dilakukan guna melihat kinerja penjualan eceran mengalami peningkatan atau penurunan. Alhasil dalam Survei Penjualan Eceran (SPE) mengindikasi bahwa kinerja penjualan eceran mengalami peningkatan di bulan November 2021. Penjualan eceran di bulan November 2021 tumbuh 10,8% (yoy), dimana tumbuh meningkat dari 6,5% (yoy) di bulan Oktober 2021. Selain itu Bank Indonesia mencatat penjualan rill triwulan pada tahun 2020 hingga tahun 2021, indeks penjualan eceran triwulan IV di tahun 2021 tercatat 8,7% (yoy) yang mengalami peningkatan pada triwulan sebelumnya yang tercatat meningkat dari -2,4% (yoy) pada triwulan III-2021 dan -16,8% (yoy) pada triwulan IV-2020. Peningkatan dalam penjualan eceran terjadi pada seluruh kelompok yang bergerak dalam industri retail, terutama dalam kelompok Bahan Bakar Kendaraan Bermotor, makanan, minuman, dan tembakau, peningkatan tersebut tentunya

sejalan dengan adanya pelonggaran PPKM yang diberikan oleh pemerintah guna mendorong aktivitas masyarakat di luar rumah dan tentunya kasus *Covid-19* dapat terkendali karena adanya kerja sama pemerintah dengan masyarakat Indonesia (BANK INDONESIA, 2022). Penjualan rill triwulan dan tahunan penjualan eceran dapat dilihat dalam Gambar 1.2 dan Gambar 1.3.



Gambar 1.2Pertumbuhan Indeks Penjualan Rill (IPR) Triwulan

Sumber. BANK INDONESIA



Gambar 1.3Pertumbuhan Indeks Penjualan Rill (IPR) Tahunan

Sumber. BANK INDONESIA

Selain melihat pertumbuhan indeks penjualan rill penjualan eceran, dalam hal ini perlu melihat pula *Customer Index Price* (CPI) Indonesia guna dapat mengukur rata-rata perubahan harga dari waktu ke waktu dimana konsumen atau *customer* telah merelakan uang yang dimilikinya untuk mendapatkan barang atau pun jasa yang diinginkan. Dalam *Customer Price Index* (CPI) ini dapat melihat secara statistik periode inflasi atau deflasi dalam kondisi perekonomian yang

sedang dihadapi. Dalam gambar 1.4 dapat dilihat bahwa grafik dari *Customer Index Price* (CPI) mengalami peningkatan dari tahun 2020 hingga tahun 2021 dimana di bulan Desember 2021 mengalami inflasi. Dalam hal ini menyebabkan harga suatu barang dan jasa di perusahaan retail mengalami kenaikan sehingga mengharuskan konsumen merelakan uangnya untuk membayar barang atau jasa yang diinginkan untuk dikonsumsi atau dikenakan oleh konsumen atau *customer*.

Gambar 1.4 Indonesia Consumer Price Index (CPI)

Sumber. TRADING ECONOMICS

Namun Bank Indonesia (2022) menyatakan bahwa inflasi Indeks Harga Konsumen (IHK) di bulan Desember 2021 tercatat sebesar 0,57% (mtm) dimana peningkatan tersebut akibat tekanan inflasi Indeks Harga Konsumen (IHK) di akhir tahun yang didorong oleh kelompok inflasi *volatile food* dan *administered prices*. Tercatat kelompok *volatile food* sebesar 2,32% (mtm) yang lebih tinggi dari bulan lalu yakni sebesar 1,19% (mtm) yang sejalan dengan pola musiman akhir tahun. Serta kelompok *administered prices* mencatat 0,45% (mtm) yang diketahui meningkat dari bulan sebelumnya sebesar 0,37% (mtm) seiring dengan peningkatan permintaan angkutan udara pada hari Natal dan Tahun Baru.

Inflasi yang terjadi di tahun 2021 dapat dikatakan inflasi yang rendah karena inflasi di tahun 2021 tercatat sebesar 1,56% (yoy). Rendahnya inflasi dipengaruhi oleh belum kuatnya permintaan domestik yang seiring dengan kebijakan pemerintah yakni pembatasan mobilitas yang harus tetap ditegakkan guna mencegah penyebaran virus *Covid-19*. Selain itu kebijakan dari Bank Indonesia untuk tetap menjaga konsistensi ekspektasi inflasi terjangkar sesuai dengan sasaran dan stabilitas nilai tukar yang sesuai dengan fundamentalnya. Inflasi yang terjadi dalam kelompok *volatile food* masih terkendali sebesar 3,20% (yoy) yang tentunya didukung oleh ketersediaan pasokan dan kelancaran distribusi bahan pangan yang tetap terjaga (Bank Indonesia, 2022).

Dalam mendorong percepatan pemulihan ekonomi pasca pandemi *Covid-19* serta memacu perkembangan transformasi ekonomi di Indonesia, pemerintah berupaya dalam meningkatkan produktivitas dan mendorong transformasi ekonomi nasional. Salah satu contohnya pemerintah memberikan stimulus dalam hal perpajakan terhadap dunia usaha terutama kepada perusahaan yang terkena dampak negatif dari adanya pandemi *Covid-19*. Stimulus ini diberikan berupa pengurangan PPh 25, pembebasan PPh 22 impor, relaksasi restitusi, dan berupa fasilitas BM DTP (Bea Masuk Ditanggung pemerintah). Selain itu pemerintah juga melakukan upaya berupa percepatan penurunan tarif PPh Badan dari 25% menjadi 22% yang telah diimplementasikan di tahun 2020, dan tentunya hal tersebut dilanjutkan di tahun 2021. Kebijakan umum yang diberikan pemerintah terkait perpajakan di tahun 2021 dikategorikan menjadi empat pilar kebijakan besar yang berfungsi untuk mendukung pemulihan ekonomi nasional melalui pemberian insentif perpajakan yang selektif dan terukur, memperkuat sektor strategis dalam upaya transformasi ekonomi, meningkatkan kualitas SDM, dan mengoptimalkan penerimaan pajak (KEMENKEU, 2021).

Sehingga dalam hal ini perlu dilakukannya penelitian guna melihat perkembangan perusahaan retail di Indonesia, apakah mulai kembali pulih dari transformasi saat pandemi hingga pasca pandemi virus *Covid-19* dari segi potensi kebangkrutan perusahaan sub sektor retail. Dimana dari grafik CEIC Data dan grafik Pertumbuhan Indeks Penjualan Rill (IPR) triwulanan dan tahunan yang menunjukkan pertumbuhan penjualan retail di Indonesia yang mengalami kenaikan

dan disertai oleh adanya inflasi yang terjadi di akhir tahun 2021, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dari segi potensi kebangkrutan perusahaan, karena diketahui bahwa banyaknya perusahaan yang mengalami kebangkrutan pada saat masa pandemi, dan mengenai hal tersebut beberapa peneliti sebelumnya juga telah melakukan penelitian terkait potensi kebangkrutan perusahaan retail di Indonesia selama pandemi virus *Covid-19* yang menunjukkan hasil bahwa perusahaan retail memang terkena imbas dari adanya pandemi. Menurut Safrida & Gultom (2021) Potensi kebangkrutan yang terdeteksi sejak dini akan memungkinkan pihak manajemen memberikan penanganan korektif agar dapat memulihkan kondisi keuangan dari masa krisis. Dalam penelitian ini untuk mengetahui potensi kebangkrutan suatu perusahaan ada beberapa metode untuk menganalisis terjadinya kebangkrutan, salah satunya yakni metode *Altman Z-Score. Altman Z-Score* adalah suatu alat yang menggunakan berbagai macam rasio keuangan merepresentasikan kinerja keuangan suatu perusahaan, dan dapat diimplementasikan ke dalam berbagai sektor perusahaan (Zulkarnain & Lovita 2020). Metode *Altman Z-Score* yang dikemukakan pertama kali oleh Profesor Edward I. Altman pada tahun 1968. Metode ini menghitung dan mengkombinasikan rasio keuangan yang akan diperoleh dari formula *Altman Z-Score* untuk dapat menginterpretasikan perusahaan ke dalam tiga klasifikasi, yaitu apakah perusahaan masuk dalam kondisi yang berpotensi bangkrut, abu-abu atau tidak bangkrut berdasarkan nilai *cut-off* yang telah ditentukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ripha & Muyasaroh (2021) bertujuan untuk mengetahui potensi kebangkrutan perusahaan sub sektor retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum dan pada saat pandemi *Covid-19* menggunakan metode *Altman Z-Score*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat 27% perusahaan yang bergerak di bidang retail yang terdaftar di BEI yang berpotensi bangkrut saat sebelum adanya pandemi *Covid-19*, namun pada saat terjadinya pandemi potensi kebangkrutan mengalami kenaikan menjadi 41% perusahan yang masuk kategori bangkrut. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aadilah & Hadi (2022) terkait analisis tingkat kebangkrutan perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum dan saat pandemi dengan menggunakan metode *Altman Z-Score* dan *Springate S-Score* pada tahun 2016-2020, menyimpulkan

bahwa sebelum pandemi terdapat dua perusahaan yang mengalami kebangkrutan dan saat pandemi model *Altman* memprediksi enam perusahaan yang mengalami kebangkrutan. Sedangkan model *Springate* memprediksi sebelum pandemi terdapat tiga perusahaan yang mengalami kebangkrutan dan saat pandemi terdapat enam perusahaan yang mengalami kebangkrutan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ramdani & Pratomo (2021) yang meneliti terkait apakah perusahaan sub sektor retail di Indonesia berpotensi bangkrut di era pandemi *Covid-19*?. Dengan hasil penelitian menggunakan model *Altman Z-Score* menyimpulkan bahwa terjadi krisis ekonomi akibat adanya pandemi *Covid-19* dan mengalami penurunan kinerja operasional perusahaan. Terdapat 76% perusahaan sub sektor retail yang masuk dalam kategori tidak berpotensi bangkrut atau masuk dalam zona aman, dan 24% atau 4 perusahaan sub sektor retail yang masuk dalam kategori bangkrut.

Untuk objek penelitian ini ditujukan terhadap perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena perusahaan retail menjual produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan kondisi pasar saat ini entah kebutuhan keluarga ataupun kebutuhan pribadi dan mengambil dari Bursa Efek Indonesia karena perusahaan tersebut memiliki keterbukaan informasi secara transparansi. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan dalam memprediksi kebangkrutan perusahaan sub sektor retail menggunakan rasio keuangan yang dapat dilihat dalam laporan keuangan suatu perusahaan. Rasio keuangan yang digunakan adalah *Working Capital To Asset Ratio* (X_1), *Retained Earning to Total Asset Ratio* (X_2), *Earning Before Interest & Taxes to Total Asset Ratio* (X_3), dan *Market Value of Equity to Book Value of Total Liabilities* (X_4). Menurut Zulkarnain & Lovita (2020) menyatakan bahwa dalam metode *Altman Z-Score* memiliki kelebihan yang dapat merepresentasikan kinerja keuangan suatu perusahaan melalui berbagai macam rasio keuangan dan dapat diimplementasikan kedalam berbagai sektor perusahaan yang ada. Oleh karena itu dalam hal ini variabel dalam penelitian ini menggunakan metode *Altman Z-Score* sebagai alat untuk mengetahui prediksi kebangkrutan dan perbedaan tingkat kebangkrutan pada perusahaan sub sektor retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia saat pandemi dan pasca pandemi virus *Covid-19* menggunakan metode *Altman Z-Score*, apakah persentase potensi kebangkrutan di saat pandemi dan pasca pandemi virus *Covid-19* mengalami

penurunan. Dan tentunya jika disaat pandemi dan pasca pandemi di tahun 2021 memiliki perbandingan berupa penurunan potensi kebangkrutan perusahaan retail maka secara tidak langsung dapat dilihat bagaimana kondisi perekonomian di Indonesia apakah sudah mulai membaik atau belum dengan adanya kebijakan makro yang telah dikeluarkan oleh pemerintah sebagai upaya mendorong percepatan pemulihan ekonomi pasca pandemi *Covid-19*. Semakin menurunnya potensi kebangkrutan perusahaan retail di Indonesia maka secara tidak langsung mendorong pula daya beli masyarakat di Indonesia terhadap tingkat konsumsi rumah tangga. Dan hal tersebut tentunya mendorong perkembangan transformasi perekonomian di Indonesia.

Gap dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ripha & Muyasaroh (2021) terletak pada fenomena, dimana fenomena penelitian sebelumnya berupa di saat sebelum adanya pandemi dan selama pandemi *Covid-19*. Dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi kebangkrutan saat pandemi dan pasca pandemi virus *Covid-19*. Kemudian dalam penelitian yang dilakukan oleh Susiana & Purwanti (2021) memiliki gap pada objek penelitian dan fenomena. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Aadilah & Hadi (2022) memiliki gap pada metode pengukuran kebangkrutan dan fenomena penelitian.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Potensi Kebangkrutan Perusahaan Retail yang Terdaftar di BEI Selama Pandemi dan Pasca Pandemi Virus *Covid-19* Menggunakan Metode *Altman Z-Score* (Periode 2020-2021)."**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang mengenai fenomena pandemi *Covid-19*, dari mulai gencar-gencarnya wabah pandemi hingga masa pemulihan menuju endemi virus *Covid-19*, banyak titik terendah yang dihadapi oleh segala sektor yang ada di Indonesia, khususnya dalam perusahaan retail di Indonesia. Apalagi dengan adanya pandemi yang diiringi dengan berbagai kebijakan dari pemerintah yang wajib ditaati, namun dengan segala upaya yang dilakukan solusi guna meminimalisir pencegahan virus *Covid-19* dapat kian teratasi. Sehingga dengan kelonggaran kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah tentunya berbagai industri kian ikut serta bangkit

dalam masa keterpurukannya. Maka disini muncullah pertanyaan dalam penelitian ini berupa :

1. Apakah terdapat perbedaan potensi kebangkrutan pada perusahaan sub sektor retail selama pandemi dan pasca pandemi virus *Covid-19*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan munculnya fenomena pandemi *Covid-19* merupakan suatu pukulan bagi masyarakat Indonesia, terutama bagi perusahaan yang bergerak dibidang retail yang secara tidak langsung merugi besar-besaran akibat fenomena ini. Namun pada akhirnya Indonesia sekarang mengalami masa pemulihan menuju endemi virus *Covid-19*, melalui metode *Altman Z-score* disini tentunya dapat melihat potensi kebangkrutan suatu perusahaan dari masa pandemi hingga masa pemulihan menuju endemi virus *Covid-19*, tentunya dalam hal ini perusahaan dapat mengetahui kondisi kesehatan keuangan yang nantinya membuat suatu perusahaan menjadi semakin lebih baik lagi di kedepannya. Dan dari rumusan masalah yang ada maka terbentuklah tujuan dari penelitian ini yakni berupa :

1. Untuk menguji perbedaan potensi kebangkrutan pada perusahaan sub sektor retail selama pandemi dan pasca pandemi virus *Covid-19*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secra teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai metode *Altman Z-Score* dimana metode yang dapat digunakan dalam memprediksi suatu kebangkrutan perusahaan dan dapat mengetahui kondisi kesehatan keuangan suatu perusahaan yang nantinya pihak manajemen dapat melakukan suatu perbaikan atau peningkatan kinerja guna keberlangsungan hidup suatu perusahaan tersebut. Serta diharapkan sebagai

sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di saat perkuliahan.

2. Manfaat Praktis

- Bagi Peneliti
  - Untuk memperluas wawasan mengenai metode yang dapat digunakan sebagai ukuran kinerja suatu perusahaan salah satunya yakni menggunakan metode *Altman Z-Score*.
  - Untuk memperluas suatu wawasan terkait bagaimana cara kerja suatu perusahaan dapat bertahan walaupun ditengah pandemi melanda.
  - Melalui penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam membuat penelitian yang lainnya.
- Bagi Perusahaan
  - Dapat dijadikan suatu perhitungan di tiap tahunnya bagi setiap perusahaan bukan hanya perusahaan retail saja agar setiap perusahaan dapat meminimalisir resiko yang terjadi di masa yang akan datang karena metode *Altman Z-Score* memprediksi secara akurat perihal kinerja suatu perusahaan.
  - Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan khususnya dalam keuangan dan dapat menganalisis rasio keuangan yang dapat digunakan untuk memprediksi kebangkrutan suatu perusahaan.
  - Jika dari hasil penelitian perusahaan yang berada di zona abu-abu atau bahkan mungkin mengalami kebangkrutan maka diharapkan penelitian ini dijadikan sebagai masukan terhadap pihak manajemen agar dapat memperbaiki system kinerjanya serta meningkatkan penjualan dan tentunya diiringi dengan strategi yang baik guna kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang.
- Bagi Peneliti Selanjutnya

- Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar penelitian lanjutan dan sebagai dalam pemikiran bagi pengembangan pembelajaran untuk melanjutkan penelitian.
- Diharapkan penelitian-penelitian selanjutnya dapat menggunakan model-model prediksi kebangkrutan yang lainnya.

- Manfaat Bagi Universitas
  - Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi akademis yang mana tentunya sebagai pengembangan jurusan Akuntansi dalam upaya meningkatkan kinerja suatu perusahaan dari hasil perhitungan metode *Altman Z-Score* khususnya bagi mahasiswa yang meniliti penelitian yang sejenis.

1.5 Sistematika Penelitian

Penulisan dalam bab ini terbagi menjadi lima bab, dalam setiap babnya terbagi menjadi beberapa sub bab yang dimulai dari latar belakang masalah hingga kesimpulan dan saran. Sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bab pembuka yang akan menjelaskan terkait Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan sebagai acuan bagi penelitian dasar dalam melakukan analisis. Disini penulis juga akan membahas terkait penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian ini yakni potensi kebangkrutan menggunakan metode *Altman Z-Score*. Landasan teori dan penelitian terdahulu digunakan untuk membangun pemikiran secara teoritis dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Beberapa hal yang dijelaskan adalah pendekatan penelitian kuantitatif, definisi operasional masing-masing variabel, jenis dan data sumber data

dari perusahaan sektor retail, kriteria teknik pengambilan data, dan metode pengumpulan data dengan analisis regresi berganda.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMABAHASAN

Pada bab ini berisi tentang hasil atas potensi kebangkrutan perusahaan retail yang terdaftar di BEI saat pandemi hingga pasca pandemi virus *Covid-19* dengan menggunakan metode *Altman Z-Score* periode 2020-2021.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini merupakan bagian terakhir dari penulisan skripsi ini. Dimana pada bab ini membahas kesimpulan dan keterbatasan dari penelitian, serta diuraikan saran-saran untuk peneliti selanjutnya.

UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA
UISI