

## ANALISA KINERJA SEKTOR RITEL INDONESIA

**Nunik Setiyo Utami**

STIE Mahardika Surabaya

Jl. Raya Wisata Menanggal No.42A, Dukuh Menanggal, Gayungan Surabaya 60234

*Email:nunik.setyoutami@gmail.com*

### ABSTRAK

Artikel ini menganalisa kinerja sektor ritel Indonesia terkait dengan banyaknya gerai yang tutup dan penurunan kinerja yang terus menerus melalui laporan keuangan tahun 2015 - 2017 yang dipublikasikan oleh idx.co.id. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 17 perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017 (Triwulan 3). Hasil analisa ini menunjukkan bahwa kinerja sektor ritel Indonesia secara keseluruhan masih cukup baik dengan laba komprehensif tahun 2017 masih lebih tinggi dari tahun 2015 dan 2016, total penjualan yang juga meningkat dari dibandingkan tahun 2016 dan 2015 walaupun terdapat penurunan total aset yang dimiliki pada triwulan 3 tahun 2017 dibandingkan dengan total aset triwulan 2 tahun 2017.

Keyword : Kinerja, Sektor Ritel

### PENDAHULUAN

Sepanjang tahun 2017, kita disuguhi berita penurunan kinerja sektor ritel melalui penutupan gerai-gerai supermarket / toko-toko ritel besar di Jakarta, seiring dengan berita penurunan daya beli masyarakat. Riset Nielsen menyebutkan, penjualan *fast moving consumer goods* (FMCG) hingga September 2017 hanya tumbuh 2,7 persen, sedangkan rata-rata pertumbuhan normal tahunan mencapai 11 persen. Sementara itu, hingga September 2017 hanya tumbuh 2,7 persen atau setara Rp 12 triliun. Itu artinya telah terjadi kerugian penjualan sebesar Rp 37 triliun. Angka kerugian penjualan Rp 37 triliun ini tidak sebanding dengan nilai penjualan FMCG melalui daring yang hanya sekitar Rp 1,5 triliun ([www.republika.com](http://www.republika.com)).

Terjadi pergeseran pola perilaku konsumen dengan memilih pembelian secara daring terutama di kota-kota besar, dan persaingan usaha yang semakin ketat membuat sektor retail mulai terguncang, selain karena penurunan daya beli masyarakat. Sejumlah pengusaha di sektor retail mulai gulung tikar ataupun menutup gerainya. Di Indonesia khususnya di Jakarta, penutupan toko/ gerai sudah dilakukan oleh Lotus, 7-Eleven, Matahari Department Store, dan terakhir Debenhams ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)).

Bisnis ritel adalah keseluruhan aktivitas bisnis yang menyangkut penjualan barang atau jasa, atau barang dan jasa, yang dilakukan oleh perusahaan atau institusi bisnis secara langsung kepada konsumen akhir yang digunakan untuk keperluan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya, dengan volume penjualan terutama atau lebih dari 50% dari konsumen akhir ini dan sebagian kecil dari pasar bisnis (Utomo, 2009).

Pada penelitian Hortaçsu dan Syverson (2015) tentang evolusi industri ritel yang sedang berlangsung di Amerika, menunjukkan bahwa selama jangka waktu 60 tahun dari tahun 1954 sampai dengan tahun 2014, nilai tambah sektor retail terus mengalami penurunan dari 8.7% menjadi dibawah 6% saat tahun 2014.

Artikel ini akan menganalisa kinerja sektor ritel Indonesia melalui laporan keuangan tahun 2015 - 2017 yang dipublikasikan oleh idx.co.id.

### KAJIAN PUSTAKA

#### Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler (2005) adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut Handri Ma'ruf (2005) memiliki tiga pengertian, yaitu:

1. Pasar dalam arti "tempat", yaitu tempat bertemunya para penjual atau produsen dengan pembeli atau konsumen.
2. Pasar dalam arti "interaksi permintaan dan penawaran", yaitu pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli.
3. Pasar dalam arti "sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli". Pengertian ini merujuk pada dua hal, yaitu kebutuhan dan daya beli. Jadi pasar adalah orang-orang yang menginginkan sesuatu barang atau jasa dan memiliki kemampuan untuk membeli.

### Pengertian Ritel

Menurut Kotler and Keller (2006) bauran pemasaran eceran atau retail adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Bauran eceran meliputi semua tindakan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya itu sendiri dan semua tindakan yang mungkin dilakukan oleh perusahaan itu dapat disimpulkan sebagai satu kelompok variabel yang diantaranya adalah produk, lokasi, harga, dan promosi.

Retail adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Menurut Levy dan Weitz (2001), retailing adalah satu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

Sedangkan menurut Berman dan Evans (2001), retailing merupakan suatu usaha bisnis yang berusaha memasarkan barang dan jasa kepada konsumen akhir yang menggunakannya untuk keperluan pribadi dan rumah tangga. Produk yang dijual dalam usaha retailing adalah barang, jasa maupun gabungan dari keduanya.

Menurut Kotler (2005) retailing adalah penjualan eceran meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa

pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis. Dari beberapa definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ritel adalah semua usaha bisnis yang secara langsung mengarahkan kemampuan pemasarannya untuk memuaskan konsumen akhir.

### Klasifikasi Ritel

Didalam bisnis retail sendiri dapat diklasifikasikan dengan cara meneliti retailer-retailer kecil dan besar sebagai pengelompokan yang terpisah.

#### a. Retailer Kecil

Bisnis retail kecil digambarkan sebagai retailer yang berpenghasilan di bawah \$500.000 per tahun, yang mempunyai ciri khas adanya spesialisasi pada pekerjaan-pekerjaan yang kecil. Pemilik toko secara umum bertanggung jawab seluruhnya terhadap tugas penjualan dan manajemen. Pemilik toko juga mempunyai tanggung jawab, membeli, menjual, mengatur jadwal kerja, membuat rencana promosi penjualan, dan memberikan jaminan kerja bagi para pegawainya.

Kebanyakan kepemilikan toko pada bisnis retail kecil ini dimiliki oleh seorang individu (individual proprietorship).

#### b. Retailer Besar

Retailer besar adalah ritel yang memiliki organisasi-organisasi besar seperti *department store*, *chain organization* (Organisasi berantai), *Supermarket*, *Catalog store*, *Warehouse Outlet*, *Superstore* dan pesanan melalui e-mail yang menyediakan mayoritas dari penjualan retail.

Menurut Berman dan Evans (2001) pada intinya karakteristik retailing ada tiga, yaitu:

##### 1) *Small Average Sale*

Tingkat penjualan retailing pada toko tersebut relatif kecil, dikarenakan targetnya merupakan konsumen akhir yang membeli dalam jumlah kecil.

##### 2) *Impulse Purchase*

Pembelian yang terjadi dalam retailing sebagian besar merupakan pembelian yang tidak direncanakan. Hal ini yang harus dicermati pengecer, yaitu bagaimana mencari strategi yang tepat untuk memaksimalkan pembelian untuk mengoptimalkan pendapatan.

### 3) *Popularity Of Stores*

Keberhasilan dari retailing sangat tergantung akan popularitas dan image dari toko atau perusahaan. Semakin terkenal toko atau perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat kunjungan yang pada akhirnya berdampak pada pendapatan.

### Ritel Online

Ritel online yang biasa disebut *e-retailing* atau *e-tailing* merupakan kegiatan ritel yang dilakukan secara online melalui internet. Menurut Levy & Weitz (2001), elektronik ritel adalah format ritel yang dimana pengecer dan konsumennya berkomunikasi satu sama lain melalui jaringan elektronik secara interaktif. Sedangkan menurut Efraim Turban (2006), elektronik ritel adalah ritel yang dilakukan melalui internet.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Mabrudy (2013) mengatakan bahwa penelitian analisis melakukan analisis hanya sampai taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan data secara sistemik, sehingga dapat lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Penelitian deskriptif (*descriptive research*) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau (Furchan, 2004).

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017. Dalam penelitian ini, pemilihan sampel ditentukan dengan menggunakan

teknik *purposive sampling*, dengan kriteria-kriteria sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang konsisten dalam menerbitkan laporan keuangan dari periode tahun 2015, 2015 dan laporan keuangan triwulan 2017.
2. Perusahaan menggunakan mata uang rupiah sebagai mata uang dalam pelaporan keuangannya.

### Sampel Penelitian

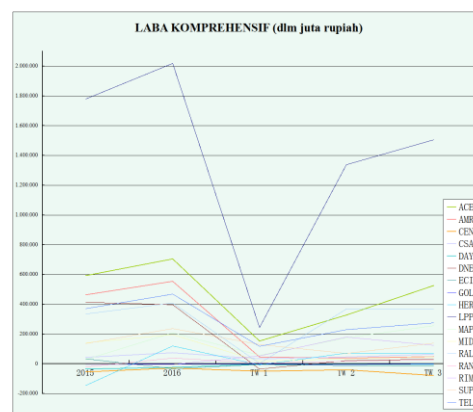
3. Berdasarkan *IDX Anually Statistic* tahun 2015 – 2017 (Triwulan 3) diperoleh 25 emiten sektor ritel sebagai populasi penelitian. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu konsisten menerbitkan laporan keuangan dan menggunakan mata uang rupiah, maka diperoleh jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 17 perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2017 (Triwulan 3).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan laporan keuangan yang ada, maka didapatkan bahwa laba komprehensif sepanjang tahun 2015 - triwulan 3 tahun 2017 mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1 dan tabel 1 dibawah ini.

**Gambar 1**  
**Laba Komprehensif Sektor Retail 2015 - TW3 2017**



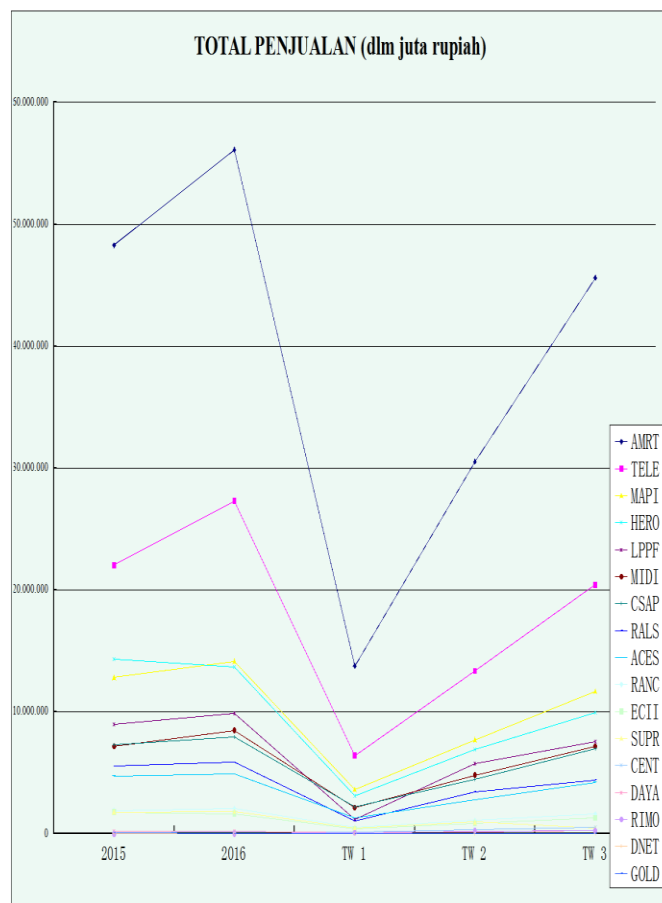
**Tabel 1**  
**Lab a Komprehensif Sektor Retail 2015 - TW3 2017**

KODE	2015	2016	TW 1	TW 2	TW 3	Total
LPPF	1.780.848	2.019.705	244.177	1.338.086	1.504.938	6.887.754
ACES	591.827	706.150	153.208	326.743	526.892	2.304.820
RALS	336.054	408.479	2.872	368.778	367.798	1.483.981
TELE	370.649	468.878	117.317	231.034	275.343	1.463.221
AMRT	464.204	553.835	46.321	38.810	47.775	1.150.945
DNET	414.918	398.073	35.144	21.672	31.778	831.298
MAPI	30.095	208.476	58.617	175.021	255.637	727.846
SUPR	136.875	237.129	130.770	69.109	139.223	713.106
MIDI	140.511	196.043	18.361	34.329	45.038	434.282
RIMO	-4.727	-3.147	52.808	179.436	123.754	348.125
CSAP	43.022	74.637	34.473	45.833	65.446	263.411
HERO	-144.078	120.588	-6.193	71.385	70.402	112.104
RANC	-20.208	39.554	6.546	17.834	26.997	70.723
GOLD	-4.338	-1.298	-1.039	-3.014	282	-9.407
ECII	33.041	-32.270	-4.279	-11.911	-14.025	-29.444
DAYA	-35.254	-24.130	-2.693	-3.847	-4.908	-70.832
CENT	-53.392	-28.811	49.237	-39.893	-78.772	-250.105
TOTAL	4.080.047	5.341.891	766.887	2.859.405	3.383.598	16.431.827

Sumber : Olahan Peneliti 2018

Pada gambar 1 terlihat bahwa memang sempat terjadi penurunan kinerja pada triwulan 1 tahun 2017 tetapi kemudian terjadi kenaikan yang cukup signifikan pada triwulan 2 dan triwulan 3 tahun 2017. Penurunan kinerja di triwulan 1 tahun 2017 wajar terjadi dikarenakan pada awal tahun belum terdapat momen yang memicu terjadinya pembelian, sementara pada triwulan ke 2 terdapat Hari Raya Idul Fitri dan pada triwulan ke 3 terdapat liburan sekolah. Pada tabel 1 terlihat bahwa terdapat kenaikan laba komprehensif (laba setelah pajak) pada hampir semua emiten, tetapi pada emiten yang telah mengalami kerugian sebelumnya yaitu Electronic City Indonesia Tbk (ECII), Duta Intidaya Tbk (DAYA) dan Centratama Telekomunikasi

Indonesia Tbk (CENT), maka terlihat bahwa kerugian pun semakin tinggi. Sementara itu pada 3 emiten dengan kinerja terbaik yaitu Matahari Department Store Tbk (LPPF), Ace Hardware Indonesia Tbk (ACES) dan Ramayana Lestari Sentosa Tbk (RALS) secara konsisten terus mencatatkan kenaikan laba pada triwulan 2 dan triwulan 3 tahun 2017. Matahari Department Store yang turut menutup salah satu gerainya yaitu Mal Taman Anggrek, Jakarta dan menggabungkannya dengan gerai lainnya untuk mengurangi biaya, tetap menjadi ritel dengan laba terbesar di Indonesia. Secara keseluruhan, laba komprehensif sektor ritel tahun 2017 naik signifikan dibandingkan tahun 2016 yaitu dari Rp. 5.341.891 juta menjadi Rp. 7.009.889 juta atau naik sebesar 31.2%.



Sumber : Olahan Peneliti 2018

**Gambar 2**  
**Total Penjualan Sektor Retail 2015 - TW3 2017**

**Tabel 2**  
**Total Penjualan Sektor Retail 2015 - TW3**  
**2017**

KODE	2015	2016	TW 1	TW 2	TW 3	TOTAL
AMRT	48.265.453	56.107.056	13.762.645	30.518.795	45.605.288	194.259.237
TELE	22.039.666	27.310.057	6.414.100	13.351.109	20.419.793	89.534.725
MAPI	12.832.798	14.149.615	3.617.142	7.713.432	11.683.826	49.996.814
HERO	14.352.700	13.677.931	3.109.144	6.923.248	9.961.472	48.024.495
LPPF	9.006.893	9.897.046	1.197.407	5.737.042	7.547.490	33.385.878
MIDI	7.171.904	8.493.119	2.146.434	4.812.454	7.177.685	29.801.596
CSAP	7.284.518	7.967.920	2.184.682	4.494.087	6.955.733	28.886.940
RALS	5.533.004	5.857.037	1.078.427	3.464.921	4.418.041	20.351.430
ACES	4.742.526	4.884.064	1.294.873	2.759.867	4.222.781	17.904.111
RANC	1.915.699	2.063.982	528.861	1.090.758	1.624.818	7.224.118
ECII	1.780.602	1.659.850	413.868	863.093	1.297.018	6.014.430
SUPR	1.785.853	1.821.446	478.731	960.575	478.731	5.525.336
CENT	104.990	140.668	167.263	336.961	501.216	1.251.098
DAYA	192.415	237.500	95.231	158.770	253.078	936.996
RIMO	99	47	77.074	241.651	247.077	565.948
DNET	9.203	22.658	9.421	22.547	39.567	103.397
GOLD	53.385	9.650	5.097	12.011	19.344	99.488
TOTAL	137.071.708	154.299.647	36.580.400	83.461.322	122.452.959	533.866.037

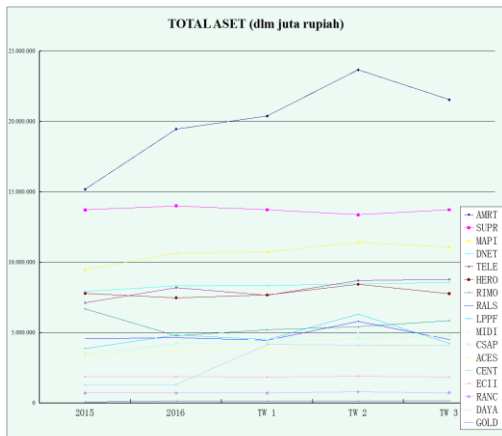
Sumber : Olahan Peneliti 2018

Sementara itu, pada total penjualan sektor ritel mengalami trend yang sama dengan laba komprehensif yang diperoleh yaitu menurun tajam pada triwulan ke 1 tahun 2017 dan kemudian naik signifikan pada triwulan 2 dan triwulan 3 tahun 2017. Penjualan Sumber Alfaria Trijaya Tbk

(AMRT) sampai triwulan 3 tahun 2017 telah meningkat sebesar 60% dibandingkan tahun 2016 yaitu meningkat sebesar Rp. 33.779 juta rupiah. Begitu juga penjualan Tiphone Mobile Indonesia Tbk.(TELE) dan Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) serta Hero Supermarket Tbk (HERO) yang meningkat masing-masing 47%, 62% dan 46% dibanding tahun 2016. Secara keseluruhan, total penjualan sektor retail triwulan 3 tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 47% dibandingkan dengan triwulan 2 tahun 2017, sedangkan kenaikan dari triwulan 1 ke triwulan 2 tahun 2017 sebesar 128%. Total penjualan sampai dengan triwulan 3 tahun 2017 adalah sebesar Rp. 242.494.681 juta yang naik sangat signifikan dari tahun 2016 yang hanya sebesar Rp. 154.299.647 juta atau sebesar 57%.

Sedangkan Total Aset yang dimiliki oleh sektor retail Indonesia periode 2015 - triwulan 3 tahun 2017 mengalami fluktuasi yang cukup signifikan dimana terdapat emiten yang mengalami penurunan aset yang dimiliki tetapi juga terdapat emiten yang mampu mempertahankan total aset yang dimilikinya seperti yang terlihat pada gambar 3 dan tabel 3 dibawah ini. Pada Tabel 3 terlihat bahwa pemilik aset terbesar disektor ritel Indonesia yaitu Sumber Alfaria Trijaya Tbk (AMRT) mengalami penurunan total aset pada triwulan 3 tahun 2017 dibandingkan dengan triwulan 2 tahun 2017 yaitu dari Rp. 23.677 juta menjadi Rp. 21.560 juta atau turun sebesar 10%. Sedangkan Solusi Tunas Pratama Tbk (SUPR) mengalami kenaikan total aset pada triwulan ke 3 tahun 2017 dibandingkan dengan triwulan ke 2 tahun 2017 walaupun total aset triwulan 2 lebih kecil dari triwulan 1 tahun 2017. Sementara itu Mitra Adiperkasa Tbk (MAPI) mengalami hal yang sama dengan AMRT dimana pada triwulan 3 mengalami penurunan total aset dibandingkan dengan triwulan 2 tahun 2017. Secara keseluruhan, total aset triwulan 3 mengalami penurunan dibandingkan triwulan 2 tahun 2017 yaitu dari Rp. 112.431 juta menjadi Rp. 107.002 juta atau turun sebesar 5%.

**Gambar 3**  
**Total Aset Sektor Retail 2015 - TW3**  
**2017**



Sumber : Olahan Peneliti 2018

**Tabel 3**  
**Total Aset Sektor Retail 2015 - TW3**  
**2017**

KODE	2015	2016	TW 1	TW 2	TW 3	Total
AMRT	15.195.887	19.474.367	20.399.061	23.677.726	21.560.813	100.307.854
SUPR	13.738.747	14.019.294	13.746.845	13.381.540	13.746.845	68.633.271
MAPI	9.482.935	10.683.438	10.750.484	11.423.887	11.093.552	53.434.295
DNET	7.928.529	8.335.065	8.368.114	8.475.217	8.589.618	41.696.544
TELE	7.128.717	8.215.481	7.664.668	8.730.268	8.807.462	40.546.596
HERO	7.799.639	7.487.033	7.696.221	8.450.400	7.786.396	39.219.689
RIMO	6.689.497	4.794.945	5.212.021	5.440.226	5.875.738	28.012.426
RALS	4.574.904	4.647.009	4.475.401	5.823.128	4.512.522	24.032.964
LPPF	3.889.291	4.858.878	4.511.031	6.313.525	4.261.629	23.834.354
MIDI	3.232.642	4.261.283	4.545.226	4.983.259	4.740.333	21.762.743
CSAP	3.522.573	4.240.820	4.303.585	4.610.732	4.796.770	21.474.481
ACES	3.267.550	3.731.102	3.918.774	3.909.043	4.109.955	18.936.423
CENT	1.293.013	1.314.930	4.178.535	4.107.207	4.112.280	15.005.964
ECII	1.898.419	1.881.646	1.874.865	1.922.015	1.866.798	9.443.743
RANC	720.739	721.238	724.788	810.054	742.925	3.719.744
DAYA	126.998	199.332	205.054	219.084	234.570	985.039
GOLD	93.106	150.879	151.400	153.945	164.176	713.506
TOTAL	90.583.185	99.016.740	102.726.073	112.431.256	107.002.383	511.759.636

**KESIMPULAN**

Dari hasil dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa secara

kinerja, sektor ritel masih cukup mampu menunjukkan kinerja yang kuat sehingga prediksi semakin turunnya laba tidak berlaku untuk seluruh sektor ritel.

Memang terdapat emiten yang terus mengalami kerugian sejak tahun 2015 yaitu GOLD, ECII, DAYA dan CENT, tetapi emiten yang lain tetap membukukan laba yang cukup untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan demikian maka sektor ritel masih akan terus bertahan terdapat tekanan kondisi ekonomi serta perubahan pola belanja masyarakat.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berman, Barry dan Joel R. Evans. (2001). *Retail Management: A Strategic Approach*. New Jersey: Prentice Hall.

Furchan, A. (2004). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset

Hendri, Ma'ruf, (2005). *Pemasaran Ritel*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Hortaçsu, Ali & Chad Syverson. (2015). The Ongoing Evolution of US Retail: A Format Tug-of-War. *Journal of Economic Perspectives*—Volume 29, Number 4—Fall 2015—Pages 89–112

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta.Bumi Aksara.

Kotler, Philip dan Keller K Lane, (2006). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Ghalia .Indonesia.

Levy & Weitz, (2001). *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc.GrawHill,.

Mabrudy, M. (2013). Penggunaan Self-Assessment Untuk Mengungkap Pemahaman Siswa yang Berorientasi Pada Teori Marzano dalam Konsep Usaha dan Energi. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia

Turban, E. (2006). *Decision Support and Expert System : Management Support. System*, Prentice-Hall International, Inc., New Jersey.

Utomo, T.J. (2009). Fungsi dan Peran Bisnis Ritel dalam Saluran Pemasaran. *Fokus Ekonomi*. 4: 44-55.

