

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era perkembangan arus teknologi yang sangat pesat seperti sekarang ini, kita dituntut untuk harus mengikuti trend pemanfaatan teknologi yang ada. Indonesia sendiri sebagai Negara berkembang juga tidak boleh ketinggalan dengan Negara-negara maju lainnya dalam bidang teknologi, pemanfaatan teknologi juga digunakan untuk bertahan dalam persaingan bisnis dalam skala yang lebih luas atau global. Salah satu media teknologi yang sering kita gunakan adalah internet, Internet sendiri merupakan sebuah sistem informasi global yang terhubung secara logika oleh *address* atau alamat yang unik yang berbasis *Internet Protocol* (IP) dan memiliki dukungan komunikasi *Transmission Control Protocol* (TCP), yang dapat menyebabkan internet dapat digunakan, diubah, dan juga diakses baik secara umum, maupun khusus (Greenlaw dan Hepp, 2002). Jaringan internet telah menyebar dan berkembang pesat dalam segala aspek kehidupan masyarakat di Indonesia dan dunia, termasuk perkembangan dalam bidang perekonomian baik nasional maupun internasional. Dengan munculnya internet, dapat memudahkan penyampaian informasi secara cepat, luas, dan akurat. Salah satu penerapan internet dalam bidang ekonomi adalah dengan hadirnya *E-commerce*.

E-commerce sendiri merupakan suatu kegiatan melakukan transaksi bisnis yang meliputi pembelian, penjualan, pemesanan serta pengiklanan

secara elektronik dengan menggunakan internet sebagai media yang paling utama (Asosiasi E-Commerce Indonesia, 2016). E-commerce pada awal kemunculannya ditandai dengan tersedianya layanan internet pertama di Indonesia yaitu Indonet pada tahun 1994 dan yang saat ini lebih kita kenal dengan nama Indosat. dari situlah kemudian muncul banyak situs-situs seperti kaskus, Toko bagus, dll yang kemudian pemerintah membuat peraturan Undang-undang ITE yang mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan Transaksi Internet dan teknologi Informasi. Selain itu, banyaknya minat masyarakat Asia terutama Indonesia yang melakukan transaksi *online*, baik antusiasme masyarakat dalam memilih berjualan ataupun membeli secara *online*.

Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan bahwa pengguna internet di Indonesia tahun 2018 mencatat pengguna internet telah mencapai angka 171,17 juta jiwa dari 264,16 juta jiwa penduduk di Indonesia. Angka tersebut naik sebesar 10,12 % dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dan kemudian melihat juga penelitian yang dilakukan oleh Indonesia Credit Assosiation (2013), data yang diperoleh dari sistem pembayaran e-commerce di Indonesia yang paling banyak digunakan adalah: Transfer bank (57%), *Cash On Delivery* (28%), Kartu kredit (7%), Internet Banking dan lain-lain (8%). Hal ini juga menjadi salah satu faktor pendorong bagi para pengusaha di Indonesia untuk terus melakukan inovasi di bidang digital ataupun transaksi *online* hingga munculnya banyak perusahaan *e-commerce*. Secara umum

dapat dilihat masyarakat lebih cenderung memilih transaksi melalui digital atau *online*, dikarenakan lebih praktis, efisien, dan lebih terjangkau. Dengan demikian, hal ini dapat memicu pola konsumsi masyarakat berubah menjadi *e-commerce consumer*.

Dengan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat seperti sekarang ini, tentu berdampak bagi perusahaan-perusahaan *incumbent* atau perusahaan yang telah hadir terlebih dahulu dan menguasai pasar perdagangan. Kemunculan perusahaan digital seperti perusahaan *e-commerce*, dan perusahaan *Fintech* (*financial technology*) mengganggu atau justru mendisrupsi eksistensi perusahaan *incumbent* pada Sektor *Retail Trade* dan Keuangan Perbankan, disrupsi bukan hanya terjadi di industri digital, tetapi sudah dimana-mana, seperti bidang industri apapun. bahkan bisa mengubah landasan hubungan dari kepemilikan perorangan menjadi kolektif kolaboratif, atau membuat segala sesuatu menjadi lebih menghemat waktu dan lebih akurat.

Perusahaan *e-commerce* seperti Bukalapak, Shopee, Tokopedia, dll hadir mendisrupsi perusahaan *incumbent retail* seperti Transmart, Matahari Mall Departement Store, PT Mitra Adi Perkasa, dll. Dapat kita ambil contoh misalnya, PT Matahari Departement Store yang ingin mengikuti pola konsumsi masyarakat telah merilis Mataharimall.com, tetapi PT Matahari Departement Store tetap mengalami penurunan kinerja perusahaan. Hal ini dapat kita ketahui bahwa pada tanggal 20 Desember 2018, terdapat fenomena suasana lengang pertokoan yang sepi pengunjung di daerah Kemang *village*

mall, Jakarta Selatan, dan itu menunjukkan ada ruang kosong di pusat perbelanjaan mencapai 10%-20%. Ada juga gerai Matahari Departement Store di Pasaraya manggarai yang ditutup, yang dikarenakan sepi pengunjung yang datang ke gerai serta adanya perubahan pola belanja masyarakat di kota-kota besar yang beralih ke belanja *online*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hans Kwee (2018), mengatakan bahwa perkembangan ritel *online* sesuai dengan permintaan masyarakat yang menginginkan pembelian produk barang dan jasa yang cepat dan hemat waktu yang mengakibatkan situs-situs belanja *online* ramai dan lebih diminati masyarakat daripada gerai-gerai ritel konvensional. Dilihat dari kinerja keuangan perusahaan, PT Matahari Departement Store juga mengalami penurunan dari valuasi saham, menurut analis JP Morgan pada tanggal 18 September 2017, mengatakan bahwa harga saham LPPF terus mengalami pemerosotan harga hingga mencapai 48%, dari level harga Rp. 19.550 menjadi Rp. 10.200 karena menurunnya kinerja keuangan perusahaan.

Perkembangan teknologi di bidang keuangan salah satunya adalah *Financial Technology*. *Fintech* atau *Financial technology* sendiri merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat (Bank Indonesia, 2017). Di Indonesia *Fintech* muncul sejak tahun 2015, dan kemudian mengalami perkembangan yang cukup pesat. Menurut lembaga riset IDC *Financial Insight* hingga kuartil 3 pada tahun 2017, di Indonesia sendiri sudah terdapat sepuluh layanan *Fintech* yang mengalami pertumbuhan sangat cepat.

Dari sepuluh layanan *Fintech*, terdapat tujuh diantaranya didominasi pada cakupan *Fintech* di bidang pembayaran dan pinjaman. Dalam prespektif sejarah, *Fintech* tidak terlepas dari aplikasi *peer-to-peer* (P2P) yang digunakan pada jaringan jasa penyedia musik *Napster* yang didirikan oleh Shawn Fanning pada tahun 1999 untuk *music sharing*.

Hadirnya *Fintech* dan beberapa perusahaan digital lain dikenal dengan disruptif inovasi. Inovasi itu muncul untuk mengembangkan suatu produk atau jasa layanan dengan cara yang tidak diduga pasar, pada umumnya dengan menciptakan jenis konsumen berbeda pada pasar yang baru dan menurunkan harga pada pasar yang lama.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmono dan Hendratno (2018) menunjukkan bahwa kurang signifikannya perbedaan pada saat sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi pada perusahaan. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyaningsih (2017) menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan sebelum dan sesudah penerapan program layanan keuangan tanpa kantor untuk keuangan inklusif. Lain halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Mulyapradana (2018) menunjukkan bahwa adanya perbedaan yang signifikan pada saat sebelum penerapan *online* dan sesudah penerapan *online*.

Berdasarkan beberapa penjabaran di atas, oleh karena itu penelitian ini akan membahas dari prespektif kinerja keuangan perusahaan *go-public*. Apakah dengan kemunculan atau beroperasinya perusahaan digital seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Investree, Koinwork, dan lain-lain akan

membuat kinerja perusahaan yang *go-public* semakin baik atau tidak. Selain itu, penulis akan melakukan analisis apakah ada perbedaan kinerja keuangan suatu perusahaan sebelum dan sesudah adanya atau beroperasinya perusahaan digital pada perusahaan *go-public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan pada Sektor *Retail Trade* dan Perbankan sebelum beroperasinya perusahaan digital dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berdasarkan *Profitability Ratio*, *Liquidity Ratio*, *Solvability Ratio* dan *Activity Ratio*?
2. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan perusahaan pada Sektor *Retail Trade* dan Perbankan sebelum beroperasinya perusahaan digital dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berdasarkan *Profitability Ratio*?
3. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan perusahaan pada Sektor *Retail Trade* dan Perbankan sebelum beroperasinya perusahaan digital dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berdasarkan *Liquidity Ratio*?
4. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan perusahaan pada Sektor *Retail Trade* dan Perbankan sebelum beroperasinya perusahaan digital dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berdasarkan *Solvability Ratio*?

5. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan perusahaan pada Sektor *Retail Trade* dan Perbankan sebelum beroperasinya perusahaan digital dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berdasarkan *Activity Ratio*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kinerja keuangan perusahaan berdasarkan *Profitability Ratio*, *Liquidity Ratio*, *Solvability Ratio* dan *Activity Ratio* pada perusahaan Sektor *Retail Trade* dan Perbankan di Indonesia akibat dari munculnya perusahaan digital yang melakukan transaksi secara *online*.
- b. Untuk menganalisis apakah ada perbedaan kinerja keuangan perusahaan berdasarkan *Profitability Ratio*, *Liquidity Ratio*, *Solvability Ratio* dan *Activity Ratio* pada perusahaan Sektor *Retail Trade* dan Perbankan di Indonesia akibat dari munculnya perusahaan digital yang melakukan transaksi secara *online*.

2. Manfaat Penelitian

Sedangkan untuk manfaat dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- a. Bagi akademisi, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dalam proses pengembangan ilmu pengetahuan di bidang keuangan terkait dengan kinerja keuangan perusahaan *go-public* yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan munculnya perusahaan digital yang melakukan pembayaran atau transaksi secara *online*.

- b. Bagi perusahaan, manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - 1) Bukti empiris tentang sejauh mana kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah adanya perusahaan digital pada Sektor *Retail Trade* dan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
 - 2) Bahan pertimbangan perusahaan untuk melakukan pengembangan keunggulan kompetitif yang diharapkan meningkatkan kinerja perusahaan khususnya kinerja keuangan.
 - 3) Sumber informasi bagi para manajerial dalam menghadapi berbagai masalah yang berhubungan dengan penilaian kinerja keuangan perusahaan.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini dijadikan sebagai bahan acuan informasi yang menyangkut kinerja keuangan perusahaan, dan juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sikap masyarakat yang berperan sebagai konsumen.