

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan agar mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya serta terus mengalami perkembangan secara berkelanjutan. Pencapaian tujuan tersebut sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menerapkan pengelolaan yang efektif serta menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Secara lebih rinci, tujuan perusahaan tidak hanya berfokus pada mempertahankan kelangsungan usaha, tetapi juga mencakup upaya untuk mencapai pertumbuhan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan nilai perusahaan, serta menjaga stabilitas organisasi dalam jangka panjang. Perusahaan juga berupaya untuk memenuhi kepentingan berbagai pihak, seperti pemilik, karyawan, konsumen, dan masyarakat, dengan menyediakan produk atau jasa yang berkualitas. Dalam perspektif manajemen modern, tujuan perusahaan juga mencakup kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, termasuk perkembangan teknologi, dinamika pasar, dan regulasi yang berlaku, sehingga perusahaan tetap relevan dan kompetitif di tengah persaingan (Hariono, 2024) .

Hal ini juga berlaku pada perusahaan subsektor retailing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sektor ritel berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan mengalami perubahan signifikan akibat perkembangan teknologi digital, yang mendorong pergeseran dari penjualan

offline ke online (Nur, 2025). Oleh karena itu, perusahaan ritel perlu beradaptasi agar tetap mampu bersaing di tengah perkembangan bisnis yang semakin dinamis (Prasetya & Cipta, 2021). Selain memiliki daya tarik tinggi bagi investor karena potensinya dalam menghasilkan keuntungan, perusahaan ritel juga dituntut untuk terus meningkatkan kinerja dan menyusun strategi yang adaptif guna memanfaatkan peluang pertumbuhan (Putri & Laily, 2025). Dalam operasionalnya, perusahaan membutuhkan aset yang cukup besar, seperti persediaan, aset tetap, dan infrastruktur pendukung, untuk meningkatkan kemampuan menghasilkan laba sekaligus menyediakan produk yang mudah diakses dan berkualitas bagi masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan perlu menjaga pertumbuhan laba yang sehat dan berkelanjutan guna mempertahankan posisi pasarnya (Humairoh et al., 2024).

Berdasarkan laporan pada CNBC Indonesia, beberapa perusahaan mengalami penurunan kinerja akibat melemahnya konsumsi domestik, meningkatnya biaya operasional, serta perubahan perilaku konsumen yang lebih selektif dalam berbelanja (Setiawati, 2025). Meningkatnya biaya operasional seperti sewa, logistik, distribusi, dan tenaga kerja menyebabkan margin keuntungan perusahaan semakin tertekan, terutama ketika pertumbuhan penjualan tidak sebanding dengan kenaikan biaya. Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang beralih ke belanja online melalui e-commerce membuat perusahaan ritel konvensional menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kondisi ini berdampak pada penurunan volume penjualan dan

profitabilitas perusahaan. Jika laba terus menurun, perusahaan berisiko mengalami kegagalan akibat keterbatasan modal dan ketidakmampuan memenuhi kewajiban.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kinerja keuangan. Profitabilitas diduga berperan dalam mempertahankan kinerja perusahaan dengan menjaga konsistensi dalam menghasilkan laba, karena seringkali profitabilitas menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan kinerja perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dan stabil umumnya menunjukkan kondisi keuangan yang sehat, memiliki model bisnis yang kuat, serta mampu mempertahankan kinerjanya dalam berbagai kondisi ekonomi. Sebaliknya, tingkat profitabilitas yang rendah atau cenderung menurun dapat mengindikasikan adanya permasalahan dalam operasional perusahaan, seperti rendahnya penjualan, tingginya biaya, atau kurang optimalnya pengelolaan keuangan (Yanti & Abundanti, 2019)

Profitabilitas pada subsektor *retailing* di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan kondisi yang tidak stabil dan cenderung berfluktuasi. Fenomena ini terlihat dari kinerja sejumlah emiten yang mengalami penurunan laba secara signifikan meskipun terdapat periode pemulihan konsumsi. Berdasarkan laporan (Maheswari, 2026) pada kutipan Berita Jejak Fakta menjelaskan bahwa, penurunan laba bersih pada emiten PT Aspirasi Hidup

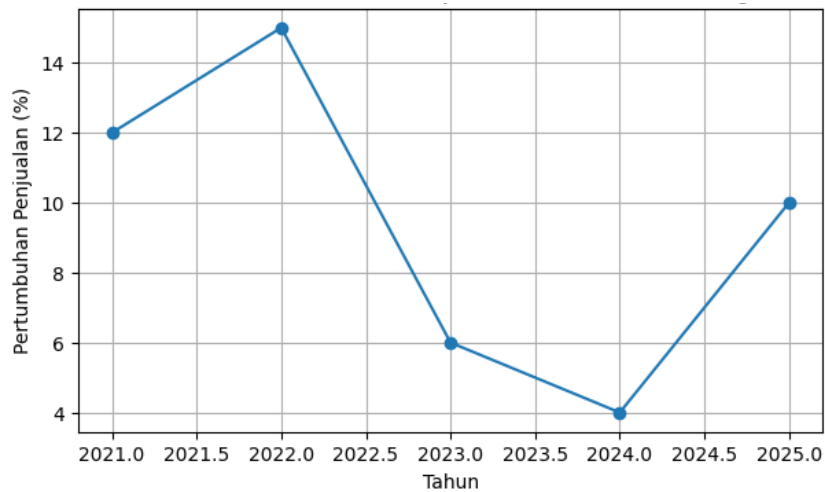
Indonesia Tbk (ACES) yang tercatat turun sekitar 25% pada tahun 2025 akibat melemahnya permintaan dan meningkatnya biaya ekspansi, sehingga menekan margin keuntungan perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan atau stabilitas penjualan tidak selalu diikuti oleh kenaikan laba, sehingga profitabilitas perusahaan cenderung berfluktuasi. Ketidakstabilan tersebut dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti perubahan daya beli masyarakat, inflasi, dan pergeseran perilaku konsumen ke belanja daring, serta faktor internal, seperti efisiensi biaya operasional, strategi ekspansi, dan struktur pendanaan. Akibatnya, ketidakseimbangan antara pendapatan dan biaya dapat menekan margin laba ketika kondisi pasar berubah.

Perusahaan yang memiliki akses pendanaan yang baik umumnya berada pada posisi yang lebih leluasa untuk berkembang (Mariaty & Santioso, 2024). Dengan dukungan dana yang memadai, perusahaan dapat melakukan ekspansi usaha, meningkatkan kapasitas produksi, serta memperluas jaringan distribusi sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini terutama relevan pada subsektor *retailing*, di mana ekspansi gerai dan penetrasi pasar menjadi strategi utama dalam meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, struktur modal yang kuat dapat menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam menangkap peluang pertumbuhan di pasar (Wahyudi et al., 2025).

Pertumbuhan penjualan merupakan indikator penting yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan dari periode ke periode serta menunjukkan prospek pertumbuhan perusahaan di

pasar. Dalam konteks perusahaan subsektor *retailing*, *sales growth* mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas pangsa pasar melalui peningkatan volume penjualan, baik melalui kanal *offline* maupun digital. Menurut Ginting 2021 pada jurnal (Sari et al., 2025). Pertumbuhan penjualan merupakan kunci bagi perusahaan untuk meraih profitabilitas, karena seiring dengan peningkatan penjualan, pendapatan perusahaan juga akan mengalami kenaikan, jika perusahaan dapat mengelola asetnya dengan efisien dan memanfaatkan sumber daya secara optimal, maka peningkatan pendapatan akan disertai dengan penurunan biaya rata-rata per unit produk. Hal ini pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan nilai profitabilitas perusahaan.

Gambar 1. 1 Fluktuasi Pertumbuhan Penjualan Sub Sektor *Retailing* Indonesia



Berdasarkan laporan pada Bloomberg Technoz, pertumbuhan penjualan di Indonesia menunjukkan pola yang fluktuatif, di mana terjadi pemulihan kuat pada awal 2021-2022, perlambatan pada 2023-2024, serta kembali mengalami

peningkatan pada periode tertentu seperti akhir 2025 yang bersifat musiman (Kristianto, 2026). Kondisi fluktuatif pada subsektor retailing menunjukkan bahwa peningkatan penjualan tidak selalu mencerminkan kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Kenaikan penjualan sering kali dipengaruhi oleh faktor musiman sehingga belum mampu menjamin stabilitas pendapatan dalam jangka panjang. Ketidakstabilan tersebut dapat memengaruhi efisiensi pengelolaan biaya operasional dan mencerminkan adanya ketidakpastian permintaan pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran, pengelolaan persediaan, dan pemanfaatan teknologi digital yang adaptif. Dengan demikian, meskipun pertumbuhan penjualan berpotensi meningkatkan kinerja keuangan, pengelolaan yang kurang optimal dapat menimbulkan tekanan terhadap profitabilitas perusahaan.

Pencapaian profitabilitas perusahaan ritel tidak hanya dipengaruhi oleh struktur modal dan pertumbuhan penjualan, tetapi juga sangat ditentukan oleh struktur aset yang dimiliki perusahaan. Struktur aset mencerminkan komposisi antara aset tetap dan aset lancar yang digunakan dalam mendukung aktivitas operasional. Perusahaan dengan struktur aset yang kuat, khususnya yang memiliki proporsi aset tetap yang memadai, cenderung memiliki kapasitas operasional yang lebih mandiri dan efisien, seperti kepemilikan gudang, pusat distribusi, maupun infrastruktur penunjang lainnya, dibandingkan dengan perusahaan yang bergantung pada sewa (Wahyuliza et al., 2024). Kondisi ini memungkinkan perusahaan untuk mengendalikan biaya operasional secara

lebih optimal sehingga berpotensi meningkatkan margin laba. Dengan demikian, struktur aset berperan penting sebagai faktor pendukung dalam mengoptimalkan hubungan antara pertumbuhan penjualan dan pencapaian profitabilitas perusahaan.

Struktur aset juga memiliki keterkaitan erat dengan efektivitas penggunaan struktur modal dalam meningkatkan profitabilitas. Penggunaan utang dalam pembiayaan perusahaan akan lebih optimal apabila dialokasikan pada aset produktif, khususnya aset tetap yang mampu menghasilkan arus kas. Aset tetap juga seringkali berfungsi sebagai jaminan bagi kreditur, sehingga dapat menurunkan risiko pinjaman dan berdampak pada penurunan biaya bunga (Suryana, 2016). Dengan biaya bunga yang lebih rendah, beban keuangan perusahaan dapat ditekan, sehingga laba bersih yang diperoleh perusahaan akan semakin besar.

Pertumbuhan penjualan yang tinggi tidak secara otomatis meningkatkan profitabilitas apabila tidak didukung oleh struktur aset yang memadai. Perusahaan yang memiliki kapasitas aset terbatas cenderung akan menghadapi peningkatan biaya variabel yang signifikan ketika permintaan meningkat, seperti biaya distribusi, penyimpanan, dan tenaga kerja tambahan. Hal ini dapat mengurangi efisiensi operasional dan menekan margin laba yang dihasilkan. Sebaliknya, perusahaan dengan struktur aset yang kuat akan lebih mampu memenuhi peningkatan permintaan tanpa harus menambah biaya secara proporsional (Jati et al., 2023).

Ditengah ketidakpastian ini, keputusan pendanaan dan efektivitas penjualan menjadi kunci utama, namun beberapa penelitian terdahulu mengenai faktor penentu profitabilitas masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Anggraeni & Santoso, 2022), menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas. Semakin besar tingkat utang yang dimiliki perusahaan, maka profitabilitas yang diproksikan dengan ROA cenderung menurun. Kondisi ini terjadi karena tingginya penggunaan utang dapat memberikan dampak negatif terhadap kinerja perusahaan, dimana beban kewajiban dan bunga yang besar mampu mengurangi laba yang diperoleh perusahaan. Struktur modal yang lebih banyak berasal dari utang juga menyebabkan meningkatnya biaya bunga yang harus ditanggung, sehingga pendapatan perusahaan mengalami penurunan. Namun demikian, besarnya beban bunga tersebut dapat mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan perusahaan. Namun hasil yang berbeda ditemukan oleh (Sastra, 2019) yang menyatakan bahwa struktur modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Jika struktur modal mengalami kenaikan, maka profitabilitas perusahaan akan menurun. Jika struktur modal menurun, maka profitabilitas perusahaan akan menaik. Pengaruh variabel struktur modal tidak signifikan, maka dalam penentuan struktur modal perusahaan, variabel ini tidak termasuk variabel yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Yohanes, 2025) juga menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa struktur modal

berpengaruh negatif terhadap *return on assets* (ROA) dan *net profit margin* (NPM), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi proporsi utang dalam struktur pendanaan perusahaan, maka kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki maupun dari sisi margin laba bersihnya justru akan semakin menurun. Kondisi ini terjadi karena penggunaan utang yang berlebihan meningkatkan beban bunga sehingga menurunkan laba bersih perusahaan. Namun, struktur modal berpengaruh positif terhadap ROE, yang menunjukkan bahwa penggunaan utang dalam batas tertentu masih dapat meningkatkan keuntungan pemegang saham melalui financial leverage. Temuan ini menunjukkan adanya *trade-off*, yaitu utang yang tinggi dapat menurunkan efisiensi aset dan margin laba, tetapi tetap mampu meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham jika dikelola dengan baik.

Inkonsistensi hasil juga terjadi pada variabel pertumbuhan penjualan, riset yang dilakukan oleh (Sari et al., 2025) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Apabila pertumbuhan penjualan terjadi peningkatan, maka pendapatan yang diterima perusahaan ikut meningkat sehingga membuat laba perusahaan naik. Hasil yang berbeda ditemukan oleh (Sembiring, 2020) yang menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan secara parsial memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan dalam meningkatkan profitabilitas. Kondisi ini terjadi ketika kenaikan penjualan justru diiringi oleh peningkatan biaya operasional, biaya distribusi, biaya promosi, maupun biaya produksi yang lebih besar

dibandingkan pendapatan yang diperoleh. Akibatnya, laba perusahaan tidak mengalami peningkatan yang berarti, bahkan dapat menurun. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Safitri & Harefa, 2023) juga menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan volume penjualan secara langsung berkontribusi terhadap kenaikan pendapatan dan laba perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang konsisten dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sehingga profitabilitas menjadi lebih optimal. Dengan demikian, pertumbuhan penjualan tidak hanya mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memperluas pasar, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya faktor lain yang dapat memengaruhi hubungan antara struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan kebaruan (*novelty*) dengan menempatkan struktur aset sebagai variabel moderasi yang diduga mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh struktur modal dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya menempatkan struktur aset sebagai variabel independen atau dependen, penelitian ini mengeksplorasi peran moderasinya untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antarvariabel.

Selain itu, penelitian ini berfokus pada subsektor retailing yang masih jarang dikaji dibandingkan sektor manufaktur, perbankan, atau sektor umum. Subsektor ini memiliki karakteristik khusus, seperti ketergantungan pada aset lancar, sensitivitas terhadap perubahan perilaku konsumen, dan persaingan dengan platform *e-commerce*. Kebaruan lainnya terletak pada penggunaan periode penelitian 2020–2025 yang mencakup masa pemulihan pascapandemi dan percepatan transformasi digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kesenjangan teoritis dari penelitian sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi empiris yang relevan dengan kondisi aktual industri retailing di Indonesia.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan profitabilitas masih memerlukan pengujian empiris yang lebih komprehensif, khususnya dengan mempertimbangkan struktur aset sebagai moderasi. Dari sisi eksternal, pergeseran perilaku konsumen ke arah belanja daring melalui platform *e-commerce* telah menggerus pendapatan gerai fisik secara signifikan. Kondisi ini diperparah oleh melemahnya daya beli masyarakat dan beban biaya operasional yang terus meningkat, mulai dari sewa tempat, logistik, distribusi, hingga tenaga kerja, sehingga margin laba perusahaan semakin tertekan. Apabila penurunan profitabilitas ini dibiarkan tanpa pemahaman yang memadai tentang faktor-faktor yang memengaruhinya, perusahaan ritel berisiko mengalami kegagalan dalam memenuhi kewajiban finansial dan kehilangan daya saing secara

permanen. Maka penelitian ini penting untuk dilakukan agar mengisi kesenjangan penelitian tersebut melalui pengujian pengaruh struktur modal dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dengan struktur aset sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor retailing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025.

B. Batasan Masalah

Penelitian ini memerlukan batasan masalah agar pelaksanaannya menjadi lebih terarah, sistematis, dan terfokus. Penelitian ini dibatasi pada beberapa batasan masalah, yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai subjek penelitian.
2. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari struktur modal dan pertumbuhan penjualan. Variabel tersebut dipilih karena mewakili faktor internal dan eksternal yang memengaruhi variabel dependen yaitu profitabilitas. Selanjutnya struktur aset digunakan sebagai variabel moderasi untuk menguji apakah variabel tersebut mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh antara variabel independen dan profitabilitas.
3. Rentang waktu penelitian dibatasi pada periode 2020 hingga 2025. Periode ini dipilih karena mencerminkan kondisi yang dinamis dalam industri, dimulai dari tahun 2020 saat terjadi pandemi yang menekan penjualan dan profitabilitas perusahaan, kemudian berlanjut pada fase pemulihan di tahun 2021-2022, hingga memasuki tahap stabilisasi pada 2023-2024 yang tetap

diwarnai persaingan ketat dan perubahan perilaku konsumen. Variasi kondisi tersebut menjadikan periode ini relevan untuk menganalisis bagaimana struktur modal dan pertumbuhan penjualan memengaruhi profitabilitas perusahaan secara lebih komprehensif.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar BEI periode 2020–2025?
2. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di BEI periode 2020–2025?
3. Apakah struktur aset mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di BEI periode 2020–2025?
4. Apakah struktur aset mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di BEI periode 2020–2025?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025.
3. Untuk menguji secara empiris kemampuan struktur aset dalam memoderasi pengaruh struktur modal terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025.
4. Untuk menguji secara empiris kemampuan struktur aset dalam memoderasi pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas pada perusahaan subsektor *retailing* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2025.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen keuangan, terkait dengan pengaruh struktur modal dan pertumbuhan penjualan terhadap profitabilitas dengan struktur aset sebagai variabel

moderasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan, khususnya pada subsektor *retailing*, dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan struktur modal, peningkatan penjualan, serta pengelolaan aset guna meningkatkan profitabilitas perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pertimbangan bagi investor dalam menilai kinerja perusahaan, khususnya dalam hal profitabilitas, sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan variabel atau objek yang berbeda.