

Makalah Penelitian Terhadap Kasus Kebangkrutan Toko *Seven-Eleven* (*7-Eleven*) di Indonesia

Jessica Chandra¹ Moody Rizqy Syailendra Putra² Gunardi Lie³

Jurusan Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat,
Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

Email: jechan74@gmail.com¹ moodys@fh.untar.ac.id² gunardi.lie@untar.ac.id³

Abstrak

Retail adalah sebuah kegiatan bisnis untuk mempertingkatkan nilai guna barang dan jasa hingga diperjualbelikan kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Retail Indonesia secara umum dikenal menjadi dua, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Retail tradisional merupakan retail yang menjual barang dan jasa yang bisa dikonsumsi yang masih bersifat tradisional seperti pasar, toko kelontong, dan warung-warung yang hampir bisa ditemui dimana-mana sedangkan retail modern adalah perkembangan dari retail tradisional dengan mengimplementasikan konsep yang lebih baru, seperti pemanfaatan teknologi serta mengikuti perkembangan zaman bahkan mengakomodasi gaya hidup masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu mengidentifikasi penelitian-penelitian sebelumnya baik yang berasal dari artikel ilmiah, buku maupun teori yang bersangkutan dengan fenomena yang ada. Penelitian ini difokuskan terhadap penyebab terjadinya kebangkrutan yang dihadapi oleh 7-Eleven dan bagaimana cara menangani resiko yang terjadi pada 7-Eleven. 7-Eleven resmi menutup karena beberapa alasan yaitu tutupnya bisnis secara cepat dan agresif, pembengkakan laporan keuangan, daya beli menurun dan biaya operasional berlebih. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah untuk melakukan penanaman modal, disarankan untuk tidak melakukan investasi pada saat kondisi keuangan sedang tidak stabil. Hal ini disarankan berdasarkan hasil penelitian perhitungan dan dari sisi keuangan, perusahaan disarankan untuk melihat dan memperhatikan proporsi laporan keuangan seperti penggunaan dana yang berlebihan. Dan dari pihak perusahaan 7-Eleven juga perlu lebih tegas terhadap konsumen yang menggunakan fasilitas yang secara berlebihan seperti membatasi penggunaan internet dan sumber lainnya. Hal ini disarankan agar perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam pembayaran hutang dan bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih mengutamakan atau memperhatikan pada sektor perusahaan selain perusahaan dagang, seperti manufaktur, untuk membuktikan bahwa metode Altman Z-Score dapat diterapkan untuk memprediksi kebangkrutan pada jenis perusahaan yang berbeda.

Kata Kunci: Retail, Kebangkrutan, Perusahaan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Istilah dan kata retail Indonesia begitu kuat kaitannya dengan kehidupan kita sehari-hari dan identik dengan pengembangan usaha toko yang menjual barang seperti minimarket dan supermarket. Tidak hanya itu, retail merupakan suatu kegiatan untuk menjual barang atau jasa yang bisa dikonsumsi langsung maupun yang tidak. Di Indonesia, perkembangan ritel saat ini terhitung pesat dalam jangka waktu belakangan. Semakin berjalannya waktu, berbagai jenis minimarket hingga supermarket di kota-kota besar hingga pedalaman desa menjadi salah satu tolok ukur perkembangan retail Indonesia. Retail atau ritel adalah sebuah kegiatan bisnis untuk mempertingkatkan nilai guna barang dan jasa hingga diperjualbelikan kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Misalnya, barang kebutuhan untuk rumah tangga seperti makanan, minuman, dan jenis barang lainnya. Retail Indonesia secara umum dikenal menjadi dua, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Retail tradisional merupakan retail yang menjual barang dan jasa yang bisa dikonsumsi yang masih bersifat tradisional seperti pasar, toko

kelontong, dan warung-warung yang hampir bisa ditemui dimana-mana sedangkan retail modern adalah perkembangan dari *retail* tradisional dengan mengimplementasikan konsep yang lebih baru, seperti pemanfaatan teknologi serta mengikuti perkembangan zaman bahkan mengakomodasi gaya hidup masyarakat.

Dilihat dari sejarahnya, retail Indonesia mulai berkembang sejak pada tahun 1960-an. Toko retail pertama di Indonesia berdiri pada 23 April 1963 bersamaan dengan dibukanya gedung Sarinah di Jalan M.H. Thamrin, Jakarta. Hal ini menjadi patokan baru bagi sejarah retail di Indonesia. Retail pada zaman tersebut sudah mengacu pada retail modern dengan mengaplikasikan konsep retail dari negara-negara barat dan dari Asia, khususnya Jepang. Perkembangan usaha retail Indonesia tahun 90-an semakin mengalami peningkatan yang luar biasa. Banyak usaha retail berdiri dengan menjual produk-produk unggulan dari berbagai belahan negara di dunia. Selain itu, awal tahun 90-an juga menjadi titik awal perkembangan bisnis retail. Salah satu perusahaan retail milik Jepang, **SOGO** beroperasi di Jakarta dan mendapat atensi tinggi dari masyarakat. Sejak saat itu, usaha retail pun menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan erat kaitannya dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari hingga pemenuhan gaya hidup. Hingga saat ini usaha retail terus mengalami perkembangan dan semakin dekat dengan masyarakat dibuktikan dengan semakin banyak bermunculan toko retail berskala kecil hingga menengah yang bisa kita jumpai di hampir sudut kota hingga desa.

Setelah dilihat, nyatanya perkembangan bisnis retail di Indonesia ternyata menuju ke arah yang lebih baik. Oleh sebab itu, pemerintah mengeluarkan aturan untuk mengakomodasi perkembangan retail di Indonesia. Retail *modern* sebenarnya dapat digambarkan secara sederhana sebagai toko atau swalayan yang menjual barang-barang makanan atau non makanan, barang jadi serta olahan, hingga kebutuhan harian dengan menggunakan format *self service*. Pada dasarnya, *self-service* adalah suatu konsep pelayanan tanpa adanya bantuan dari pelayan sehingga pelanggan harus bisa melayani kebutuhannya sendiri. Maka dari itu, dengan memperbolehkan investor dari luar negeri untuk turut mengembangkan usaha retail di Indonesia. Maka semakin banyak jenis dan bentuk usaha retail yang dapat diklasifikasikan menjadi *Minimarket, Supermarket, Hypermart, Convenience Store, Department Store*, waralaba, toko mini swalayan, pasar serba ada, toko serba ada dan sebagainya. Barang-barang yang dijual pada ritel modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan barang-barang lokal, ritel modern juga menyediakan barang impor. Semakin banyaknya pusat perdagangan lain seperti pasar atau ritel modern, baik dalam bentuk minimarket hingga hypermart yang pada gilirannya dapat membuat pasar tradisional harus mampu bertahan dalam arus modernisasi.

Namun tidak bisa dipungkiri bahwa dengan adanya pasar modern tersebut dapat menimbulkan dampak yang positif terhadap daerah tersebut karena dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan retribusi daerah dan juga akan menyerap tenaga kerja, dengan begitu pengangguran di daerah setempat akan berkurang serta memudahkan konsumen untuk berbelanja, tetapi tidak hanya berdampak positif bahkan akan berdampak negatif terhadap para pedagang pasar tradisional dan toko kecil seperti warung yang menjual barang yang sama dengan pasar modern dan jaraknya yang berdekatan akan membuat sebagian konsumen berpindah membelanjanya ke pasar modern, dengan terjadinya hal itu akan membuat para pedagang pasar tradisional dan warung-warung kecil yang sudah berdiri sebelum adanya pasar modern itu akan sedikit terganggu.

Saat ini, Indonesia telah mengalami perkembangan bisnis retail yang sangat pesat. Perkembangan bisnis retail di Indonesia ini dibuktikan dengan semakin banyaknya waralaba atau *franchise* di yang berada dimana mana. Secara pengertian, waralaba atau *franchise* adalah sebuah perikatan yang salah satu pihaknya diberikan hak untuk memanfaatkan dan

menggunakan hak dari kekayaan intelektual (**HAKI**) dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa. Waralaba di Indonesia dilakukan dengan melakukan perjanjian untuk menjalankan bisnis terkait dalam jangka waktu tertentu. Waralaba salah satunya bertujuan untuk melakukan ekspansi atau perluasan pasar suatu *brand* dengan memberikan kesempatan bagi orang lain atau pengembang dalam mendistribusikan produknya dengan jaminan kualitas dan pelayanan yang sama. Oleh sebab itu, dapat diartikan bahwa waralaba retail bisnis penjualan barang/jasa dengan mempertimbangkan dan mengutamakan hubungan kontrak kerja antara *franchisor* dan *franchisee* yang menyediakan serta menjual barang atau jasa yang bisa dibeli konsumen.

Salah satu contoh pasar ritel modern yang pastinya sudah sangat terkenal salah satunya di Indonesia adalah *7-Eleven*. *7-Eleven* adalah jaringan toko kelontong (*convenience store*) 24 jam asal Amerika Serikat yang sejak tahun 2005 kepemilikannya dipegang Seven & I Holdings Co., sebuah perusahaan Jepang. Pada tahun 2004, lebih dari 26.000 gerai *7-Eleven* tersebar di 18 negara; diantaranya pasar terbesarnya adalah Amerika Serikat dan Jepang. Didirikan pada tahun 1927 di *Oak Cliff, Texas*, nama "*7-Eleven*" mulai digunakan pada tahun 1946. Sebelum toko 24 jam pertama dibuka di Austin, Texas, pada tahun 1962, *7-Eleven* buka dari jam 7 pagi hingga 11 malam, dan karenanya bernama "*7-Eleven*" (7-Sebelas). Tahun 1991, *Southland Corporation*, yang merupakan pemilik *7-Eleven*, sebagian besar sahamnya dijual kepada sebuah perusahaan jaringan supermarket asal Jepang, Ito-Yokado. *Southland Corporation* lalu diubah namanya menjadi *7-Eleven, Inc* pada tahun 1999. Tahun 2005, seluruh saham *7-Eleven, Inc* diambil alih *Seven & I Holdings Co.* sehingga perusahaan ini dimiliki sepenuhnya oleh pihak Jepang. Gerai *7-Eleven* (Sevel) telah hadir di Jakarta sejak tahun 2009 lalu. Waralaba yang berbasis di Dallas, Texas, Amerika Serikat itu dikelola oleh PT Modern Putra Indonesia (MPRI).

MPRI memperoleh hak dan lisensi dari *7-Eleven Inc* untuk mengembangkan dan mengoperasikan gerai *7-Eleven* di Pulau Jawa, Indonesia untuk masa 20 tahun dan masa perpanjangan kontrak 10 tahun. Sejak pertama kali hadir, gerai *7-Eleven* tumbuh dan berkembang. Gerai yang terkenal dengan minuman Slurpee ini menjadi tempat favorit anak muda untuk menghabiskan waktu bersama. Selain itu, *7-Eleven* juga menyediakan fasilitas wifi gratis, berbagai macam makanan ringan, kopi, hingga beberapa minuman beralkohol yang membuat gerai ini semakin digandrungi anak muda. Melansir data perusahaan dikutip kumparan, di tahun 2009, *7-Eleven* baru memiliki gerai 1 unit. Kemudian bertambah cukup signifikan di tahun 2010 menjadi 21 unit. Di tahun 2011, jumlah gerai kembali bertambah menjadi 57 unit dan naik lagi di tahun 2012 menjadi 117 unit. Di tahun 2013, gerai *7-Eleven* kembali bertambah menjadi 150 unit. Bahkan *7-Eleven* membuka gerai di sejumlah pusat bisnis dan stasiun. Puncaknya terjadi di tahun 2014 di mana *7-Eleven* memiliki 190 unit.

Bisnis *convenience store* dari PT. Modern Sevel Indonesia yang telah eksis di Indonesia sejak tahun 2009. *7-Eleven* merupakan pelopor *convenience store* pertama di Indonesia dan mengikuti oleh beberapa kompetitor lainnya. Sebagai salah satu *convenience store*, *7-Eleven* memberikan kenyamanan bagi pelanggannya, salah satunya dengan memberikan jaringan Internet gratis untuk pelanggan setia. Oleh karena itu, *7-Eleven* selalu meramaikan oleh pengunjung dari pelajar, mahasiswa, hingga orang-orang kantor. Pelanggan puas berkunjung ke *7-Eleven*. Namun, pada Tanggal 30 Juni 2017, *7-Eleven* resmi menutup karena beberapa alasan, salah satunya adalah keterbatasan sumber daya yang memiliki Perseroan dalam menunjang kegiatan operasional toko.

Pada umumnya, setiap perusahaan memiliki keunggulan yang dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya. Keunggulan yang dimiliki setiap perusahaan agar dapat memenangkan persaingan adalah perusahaan harus memiliki kinerja keuangan yang baik. Karena kinerja keuangan yang baik

dan tetap menjaga serta dapat meningkatkan kinerja keuangan setiap tahunnya merupakan salah satu faktor penting yang menjadi tolak ukur para investor maupun calon investor dalam memutuskan berinvestasi di perusahaan tersebut. Dalam menjalankan suatu usaha terdapat persaingan dengan perusahaan lain, perusahaan yang tidak mampu bersaing dapat mengalami kebangkrutan. Kebangkrutan suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor eksternal (luar) dan faktor internal (dalam). Faktor yang mempengaruhi dari luar seperti bencana alam dan kondisi perekonomian. Selain faktor eksternal, faktor internal juga dapat memberikan pengaruh, seperti kurangnya tenaga kerja, kurangnya kerja sama di dalam manajemen perusahaan. Kebangkrutan merupakan masalah esensial yang harus diwaspadai oleh perusahaan. Karena jika perusahaan sudah terkena kesulitan keuangan (*financial distress*), maka perusahaan tersebut benar-benar mengalami kegagalan usaha. Untuk itu perusahaan harus sedini mungkin melakukan berbagai analisis terutama analisis yang menyangkut kebangkrutan perusahaan. Dengan melakukan analisis maka sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk melakukan antisipasi yang dapat menghindari atau mengurangi resiko kebangkrutan tersebut.

Rumusan Masalah: Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, terdapat permasalahan yang ingin dibahas yaitu Bagaimanakah penyebab terjadinya kasus kebangkrutan yang disebabkan oleh *7-Eleven*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu mengidentifikasi penelitian-penelitian sebelumnya baik yang berasal dari artikel ilmiah, buku maupun teori yang bersangkutan dengan fenomena yang ada. Penelitian ini difokuskan terhadap penyebab terjadinya kebangkrutan yang dihadapi oleh *7-Eleven* dan bagaimana cara menangani resiko yang terjadi pada *7-Eleven*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

7-Eleven adalah jaringan toko kelontong (*convenience store*) 24 jam asal Amerika Serikat yang sejak tahun 2005 kepemilikannya dipegang Seven & I Holdings Co., sebuah perusahaan Jepang. Pada tahun 2004, lebih dari 26.000 gerai *7-Eleven* tersebar di 18 negara yaitu antara pasar terbesarnya adalah Amerika Serikat dan Jepang. Didirikan pada tahun 1927 di Oak Cliff, Texas (kini masuk wilayah Dallas), nama "*7-Eleven*" mulai digunakan pada tahun 1946. Sebelum toko 24 jam pertama dibuka di Austin, Texas, pada tahun 1962, *7-Eleven* buka dari jam 7 pagi hingga 11 malam, dan oleh sebab itu namanya ialah "*7-Eleven*".

Pada tahun 1991, *Southland Corporation* yang merupakan pemilik *7-Eleven* sebagian besar sahamnya dijual kepada sebuah perusahaan jaringan supermarket asal Jepang, Ito-Yokado. *Southland Corporation* lalu diubah namanya menjadi *7-Eleven, Inc* pada tahun 1999. Tahun 2005, seluruh saham *7-Eleven, Inc* diambil alih Seven & I Holdings Co. sehingga perusahaan ini dimiliki sepenuhnya oleh pihak Jepang. Setiap gerai *7-Eleven* menjual berbagai jenis produk, umumnya makanan, minuman, dan majalah. Di berbagai negara, tersedia pula layanan seperti pembayaran tagihan serta penjualan makanan khas daerah. Produk khas *7-Eleven* adalah *Slurpee*, sejenis minuman es dan *Big Gulp*, minuman *soft drink* yang ukurannya cukup lumayan besar.

Di Indonesia, *7-Eleven* dikelola oleh PT Modern Putraindonesia, anak perusahaan PT Modern Internasional, yang merupakan distributor Fujifilm di Indonesia. *7-Eleven* telah membuka cabang-cabangnya sebanyak 50 gerai di Jakarta saja. Pemerintah Indonesia terus mengawasi toko kelontong ini agar tidak berubah menjadi minimarket, karena menurut undang-undang, kepemilikan waralaba minimarket harus dari pihak lokal. Pada 2009 dapat dikatakan sebagai awal mula cerita Sevel Indonesia masuk ke Indonesia, tepatnya pada 7

November 2009, yang membuka di Bulungan, Jakarta Selatan. Pada saat itu, bisnis ritel di Indonesia merupakan bisnis yang memiliki prospek dan peluang sangat menjanjikan untuk beberapa tahun mendatang. Pengembangan dan perluasan mengenai bisnis ritel ini juga terus dilakukan, di mana pada 2010 kembali melakukan pembukaan gerai *7-Eleven* yang ke-21 di Indonesia. Pada tahun 2011, toko atau kios *7-Eleven* Indonesia menjadi banyak sekitar 57, dan pada tahun itu juga dilakukan pembukaan PT Fresh Food Indonesia.

Pada tahun 2012, pembukaan gerai *7-Eleven* ke-100, sampai Desember tahun 2014 gerainya menjadi 190 gerai. Meskipun memiliki banyak gerai, namun perjalanan bisnis usaha PT MSI tersebut mengalami persaingan ketat dengan beberapa bisnis ritel lainnya dengan konsep bisnis yang serupa seperti Lawson, Family Mart, Indomaret Point, dan lainnya. Persaingan yang ketat membuat perusahaan ini mengalami kerugian yang cukup lama. Bahkan, adanya aturan-aturan seperti larangan penjualan minuman beralkohol juga menjadi salah satu gerai *7-Eleven* ditinggalkan masyarakat. Usai mengalami kerugian, pada awal tahun 2017 ada isu akuisisi *7-Eleven* oleh PT Charoen Pokphand Restu Indonesia (CPRI) yang merupakan entitas dari PT Charoen Pokphand Indonesia (CPI) Tbk. Kedua perusahaan tersebut telah menyepakati akuisisi dengan nilai Rp 1 triliun, kesepakatan tersebut tertuang dalam Conditional Sales Purchase Agreement (CSPA). Namun, kabar akuisisi tersebut batal terealisasi dikarenakan adanya ketidaksepakatan. Informasi itu disampaikan oleh manajemen PT Modern Internasional Tbk (MDRN) sebagai induk usaha dari PT Modern Sevel Indonesia yang merupakan pemegang hak master franchise *7-Eleven* di Indonesia melalui keterbukaan informasi. Pembatalan akuisisi itu juga berujung pada informasi penutupan gerai *7-Eleven* di Indonesia. Akhir bulan Juni 2017, PT Modern Sevel Indonesia (SMI) resmi menutup seluruh gerai *franchise 7-Eleven* yang beroperasi di DKI Jakarta. Hal tersebut telah diumumkan sejak tanggal 23 Juni tahun 2016 oleh PT Modern Internasional Tbk (MDRN) melalui keterbukaan informasi di bursa saham.

Penyebab Terjadinya Kebangkrutan *7-Eleven*

Bisnis convenience store dari PT. Modern Sevel Indonesia yang telah eksis di Indonesia sejak tahun 2009. *7-Eleven* merupakan pelopor convenience store pertama di Indonesia dan mengikuti oleh beberapa kompetitor lainnya. Sebagai salah satu convenience store, *7-Eleven* memberikan kenyamanan bagi pelanggannya, salah satunya dengan memberikan jaringan Internet gratis untuk pelanggan setia. Oleh karena itu, *7-Eleven* selalu meramaikan oleh pengunjung dari pelajar, mahasiswa, hingga orang-orang kantor. Pelanggan puas berkunjung ke *7-Eleven*. Namun pada tanggal 30 Juni tahun 2017, *7-Eleven* resmi menutup karena beberapa alasan, salah satunya adalah keterbatasan sumber daya yang memiliki Perseroan dalam menunjang kegiatan operasional toko.

Tutupnya Bisnis Ekspansi ini Secara Cepat dan Agresif

Sebagai Direktur Keuangan Modern Internasional, **Chandra Wijaya**, menyadari bahwa pengembangan dan perluasan atau ekspansi bisnis ritel *7-Eleven* di Indonesia terlalu cepat dan agresif. Ekspansi yang dilakukan oleh *7-Eleven* membiayai oleh pinjaman sehingga dana yang seharusnya dapat menggunakan untuk operasional bisnis justru menggunakan untuk membayar pinjaman beserta bunga yang jumlahnya sangat signifikan. Hal ini tentu dapat mengganggu modal kerja. Hal ini juga dapat disebabkan oleh keterbatasan sumber daya yang dimiliki Perseroan untuk menunjang kegiatan operasional gerai *7-Eleven* setelah Rencana Transaksi Material Perseroan atas penjualan dan transfer segmen bisnis restoran dan *convenience store* di Indonesia. Disamping itu, PT MSI juga gagal melakukan kesepakatan dengan PT Charoen Pokphand Restu Indonesia dalam hal pengambilalihan kegiatan usaha. Hal

hal material tersebut yang berkaitan dengan yang timbul sebagai akibat dari pemberhentian operasional ini akan ditindaklanjuti sesuai dengan peraturan dan hukum yang berlaku dan akan diselesaikan secepatnya.

Biaya Operasional yang Berlebih

Sebelum memulai bisnisnya, 7-Eleven telah melakukan pembayaran sewa tempat untuk 5-10 tahun ke depan, di mana biaya tersebut telah mereka bayarkan di muka. Tak hanya itu, 7-Eleven juga melakukan renovasi besar-besaran untuk mengikuti standar 7-Eleven Inc. Hal ini tentu memberikan dampak negatif bagi arus kas saat menyiapkan jurnal penutup perusahaan, yaitu modal yang seharusnya menggunakan untuk biaya operasional perusahaan justru terpakai di awal untuk biaya sewa yang seharusnya dapat membayarkan per bulan atau per tahun.

Pembengkakan Laporan Keuangan

Mengutip laporan keuangan yang disampaikan perseroan kepada Bursa Efek Indonesia (BEI), kerugian tersebut disebabkan angka penjualan perseroan yang terus menyusut. Di tahun 2016, perusahaan yang kini tak lagi mengelola bisnis 7-Eleven tersebut masih mencatatkan angka penjualan Rp 891,421 miliar. Sementara di tahun 2017, angka penjualannya merosot 74,8% menjadi Rp 224,602 miliar. Perseroan juga membukukan rugi usaha Rp 841,761 miliar di sepanjang tahun 2017 dari rugi tahun sebelumnya sebesar Rp 761,315 miliar. Kinerja perseroan memang terus merosot sejak salah satu lini bisnisnya yang menjadi kontributor utama pendapatan perseroan, 7-Eleven, sudah tidak beroperasi lagi alias gulung tikar. Perseroan sepakat menutup 7-Eleven pada Juni 2017 lalu. Total aset perseroan juga terus menyusut. Di tahun 2016, total aset perseroan tercatat Rp 1,982 triliun dan berkurang menjadi Rp 873,577 miliar di tahun 2017. Sementara total utang atau liabilitas perseroan lebih tinggi daripada total aset saat ini. Di tahun 2017, total liabilitas perseroan tercatat Rp 1,284 triliun, sementara di tahun 2016 mencapai Rp 1,337 triliun.

Daya Beli Menurun

Menteri Perdagangan, Enggartiasto Lukita mengaku bahwa pada lebaran 2017 lalu telah terjadi penurunan daya beli masyarakat yang menyebabkan oleh pola konsumsi masyarakat yang semakin cerdas dalam menggunakan uangnya. Ditambah lagi kompetitor 7-Eleven yang semakin menyebar dan menawarkan bisnis serupa dengan harga yang lebih murah. Hal ini semakin membuat 7-Eleven ditinggalkan oleh pelanggannya. Namun, menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, **Darmin Nasution**, mengatakan bahwa penyebab tutupnya salah satu usaha ritel seperti *7-Eleven* bukan disebabkan oleh menurunnya daya beli masyarakat. Penutupan gerai ini disebabkan oleh model bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tak sesuai dengan ritel. Beliau menjelaskan bahwa penurunan daya beli masyarakat diakibatkan oleh kegiatan ekspor yang sempat menurun beberapa tahun lalu. Untuk itu, saat ini pemerintah sedang berusaha untuk memperbaiki kinerja ekspor. Hal tersebut seperti yang terlihat pada kinerja ekspor pada triwulan I-2017. Dengan membaiknya kinerja ekspor, daya beli masyarakat juga diharapkan dapat semakin baik.

Disamping penyebab utama terjadinya kebangkrutan yang dialami oleh perusahaan *7-Eleven*, berdasarkan kutipan dari Tina Novita, Corporate Secretary, PT Modern Putra Indonesia, menyatakan bahwa awal penurunan 7-Eleven berlangsung sejak tahun 2015 dimana pada saat itu perekonomian Indonesia sedang labil. Pada tahun 2015 terjadi persaingan perekonomian yang tinggi di Indonesia, tetapi tidak diimbangi dengan daya beli para konsumen. Konsumen lebih cenderung memiliki daya beli rendah, sehingga terjadi ketidakseimbangan. Pada tahun

tersebut juga pertumbuhan industri retail hanya berkisar pada 8%-9%, padahal dua tahun sebelumnya mencapai 15% sampai dengan 16%.

Kemudian pada tahun 2012 *7-Eleven* telah mendapatkan surat peringatan dari Kementerian Perdagangan mengenai perizinan, dimana izin yang dikeluarkan Kementerian Perdagangan kepada *7-Eleven* yaitu izin sebagai restoran, bukan retail. Tetapi pada kenyataannya *7-Eleven* merangkap antara restoran dan retail. Menurut Dirjen Perdagangan Dalam Negeri, **Gunaryo**, hal tersebut menyalahi aturan. Kemudian pada tahun 2015 muncul Peraturan Menteri Perdagangan Nomor **06/M-DAG/PER/1/2015** tentang perubahan kedua atas Permendag Nomor **20/M-DAG/4/2014** tentang Pengendalian dan Pengawasan terhadap Pengadaan, Peredaran dan Penjualan Minuman Beralkohol. Padahal, alkohol merupakan satu dari keunggulan kompetitif *7-Eleven* dan penjualan alkohol merupakan penunjang penjualan di *7-Eleven* hingga 10%. Hal ini tentu saja membuat pendapatan *7-Eleven* menurun drastis.

Selain itu, pengunjung juga menjadi faktor tutupnya *7-Eleven* di Indonesia. Berdasarkan cerita dari teman saya, Rachel Yovita, yang juga sering mengunjungi *7-Eleven* di daerah Jakarta, menceritakan bahwa kebanyakan para pengunjung yang datang ke *7-Eleven* hanya membeli satu hingga 2 minuman, lalu dilanjutkan dengan nongkrong bersama teman-temannya yang lain hingga 3 jam lebih. Hal ini tentu saja berpengaruh pada biaya yang dikeluarkan *7-Eleven* untuk membayar seluruh tanggungan fasilitas yang disediakan seperti *Wi-Fi*, listrik, hingga AC tidak sebanding dengan pendapatan yang masuk. Hal ini didukung oleh fakta bahwa pendapatan penjualan bersih *7-Eleven* menurun pada tahun 2016 sebesar 24% menjadi Rp 675,3 Miliar. Namun hingga saat ini toko retail seperti Indomaret dan Alfamart masih tetap eksis. Hal ini dikarenakan beberapa faktor. Pada saat itu, konsep *7-Eleven* dengan Indomaret dan Alfamart tidak jauh berbeda, hanya saja fasilitas yang ditawarkan lebih banyak *7-Eleven*. Tetapi banyak pengunjung yang memanfaatkan fasilitas tersebut tanpa membeli atau melakukan transaksi di *7-Eleven* sehingga pengeluaran *7-Eleven* tetap atau bahkan semakin banyak, sedangkan pemasukan tidak sesuai dengan pengeluaran. Pada saat Indomaret dan Alfamart sudah semakin meluas, *7-Eleven* yang memiliki konsep yang sama tidak merespon saat konsepnya ditiru oleh Indomaret dan Alfamart. Selain itu, *7-Eleven* hanya membuka gerai-gerainya di daerah Jabodetabek ketika Indomaret dan Alfamart sudah masuk hingga ke daerah-daerah kecil di seluruh Indonesia.

KESIMPULAN

Di Indonesia, *7-Eleven* dikelola oleh PT Modern Putraindonesia, anak perusahaan PT Modern Internasional, yang merupakan distributor Fujifilm di Indonesia. *7-Eleven* telah membuka cabang-cabangnya sebanyak 50 gerai di Jakarta saja. Pemerintah Indonesia terus mengawasi toko kelontong ini agar tidak berubah menjadi minimarket, karena menurut undang-undang, kepemilikan waralaba minimarket harus dari pihak lokal. Pada tahun 2012, pembukaan gerai *7-Eleven* ke-100, sampai Desember tahun 2014 gerainya menjadi 190 gerai. Meskipun memiliki banyak gerai, namun perjalanan bisnis usaha PT MSI tersebut mengalami persaingan ketat dengan beberapa bisnis ritel lainnya dengan konsep bisnis yang serupa seperti Lawson, Family Mart, Indomaret Point, dan lainnya. Persaingan yang ketat membuat perusahaan ini mengalami kerugian yang cukup lama. Bahkan, adanya aturan-aturan seperti larangan penjualan minuman beralkohol juga menjadi salah satu gerai *7-Eleven* ditinggalkan masyarakat. Usai mengalami kerugian, pada awal tahun 2017 ada isu akuisisi *7-Eleven* oleh PT Charoen Pokphand Restu Indonesia (CPRI) yang merupakan entitas dari PT Charoen Pokphand Indonesia (CPI) Tbk. Kedua perusahaan tersebut telah menyepakati akuisisi dengan nilai Rp 1 triliun, kesepakatan tersebut tertuang dalam Conditional Sales Purchase Agreement (CSPA).

Namun, kabar akuisisi tersebut batal terealisasi dikarenakan adanya ketidaksepakatan. Informasi itu disampaikan oleh manajemen PT Modern Internasional Tbk (MDRN) sebagai induk usaha dari PT Modern Sevel Indonesia yang merupakan pemegang hak master franchise *7-Eleven* di Indonesia melalui keterbukaan informasi. Pembatalan akuisisi itu juga berujung pada informasi penutupan gerai *7-Eleven* di Indonesia. Akhir bulan Juni 2017, PT Modern Sevel Indonesia (SMI) resmi menutup seluruh gerai *franchise 7-Eleven* yang beroperasi di DKI Jakarta. Hal tersebut telah diumumkan sejak tanggal 23 Juni tahun 2016 oleh PT Modern Internasional Tbk (MDRN) melalui keterbukaan informasi di bursa saham. Penyebab Terjadinya Kebangkrutan *7-Eleven* yaitu dikarenakan bisnis ekspansi yang terlalu besar dan secara cepat dan agresif, lalu disebabkan oleh biaya operasional yang terlalu berlebihan dan daya pembeli menurun sehingga terjadi pembengkakan laporan keuangan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah untuk melakukan penanaman modal, disarankan untuk tidak melakukan investasi pada saat kondisi keuangan sedang tidak stabil. Hal ini disarankan berdasarkan hasil penelitian perhitungan dan dari sisi keuangan, perusahaan disarankan untuk melihat dan memperhatikan proporsi laporan keuangan seperti penggunaan dana yang berlebihan. Dan dari pihak perusahaan *7-Eleven* juga perlu lebih tegas terhadap konsumen yang menggunakan fasilitas yang secara berlebihan seperti membatasi penggunaan internet dan sumber lainnya. Hal ini disarankan agar perusahaan tidak mengalami kesulitan dalam pembayaran hutang dan bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk lebih mengutamakan atau memperhatikan pada sektor perusahaan selain perusahaan dagang, seperti manufaktur, untuk membuktikan bahwa metode *Altman Z-Score* dapat diterapkan untuk memprediksi kebangkrutan pada jenis perusahaan yang berbeda.

Ucapan Terima Kasih

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kasih berkat-Nya yang memberikan kesehatan dan kesempatan pada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam menyelesaikan makalah ini banyak kendala yang dihadapi peneliti dan dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang akhirnya penulisan ini dapat diselesaikan sebagaimana adanya. Dan juga kami sebagai peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada keluarga, kerabat serta teman kami yang kami cintai karena telah mendukung kami sebagai peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian dengan baik dan tepat. Disamping itu, kami juga ingin berterima kasih kepada diri kami sendiri karena telah berusaha dari awal sampai akhir, tidak pernah menyerah, dan tidak pernah ragu dalam melaksanakan dan menyelesaikan makalah ini. Sekian dan Terima Kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Djohanputro, Bramantyo. 2008. Manajemen Risiko Korporat. Jakarta: Penerbit PPM
<http://www.moderninternasional.co.id>
<https://accurate.id/aplikasi-kasir/self-service/>
https://id.wikipedia.org/wiki/Manajemen_risiko
https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Pemerintah_Indonesia
https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia-not-found/Southland_Corporation&action=edit&redlink=1
<https://web.archive.org/web/20070311084528/http://www.7-eleven.com/newsroom/articles.asp?p=2292>
<https://web.archive.org/web/20110815111822/http://economy.okezone.com/index.php/ReadStory/2010/05/31/320/338084/pemerintah-terus-pantau-gerai-7eleven>
<https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/bisnis-franchise-kenali-pengertian-dan-keuntungannya>