

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri yang dewasa ini, semakin pesat membuat tingkat persaingan menjadi semakin ketat pula. Perusahaan senantiasa berkompetisi menarik konsumen, Dan berusaha menjadikan produknya semakin diminati. Persaingan tersebut tidak dapat dihindari oleh perusahaan, dengan demikian perusahaan harus berusaha agar tetap bisa bersaing dan bertahan. Perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal di dalam menghadapi persaingan, salah satunya adalah kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan perusahaan menunjukkan bagaimana tingkat kesehatan keuangan perusahaan. Kondisi keuangan perusahaan dapat diketahui dengan cara menganalisis laporan keuangan perusahaan.

Analisis laporan keuangan perusahaan pada dasarnya merupakan penghitungan rasio-rasio untuk menilai keadaan keuangan perusahaan di masa lalu, saat ini, dan kemungkinannya di masa depan. Cara tersebut sudah sangat umum dilakukan oleh para manajer karena dapat dilakukan dengan mudah. Hasil dari perhitungan rasio-rasio keuangan tersebut bisa menggambarkan kondisi perusahaan, apakah perusahaan dalam kondisi yang sehat atau dalam kondisi yang sedang menurun. Apabila kinerja perusahaan menurun secara terus-menerus maka hal tersebut dapat mengakibatkan kebangkrutan. Kebangkrutan adalah keadaan tidak *solven*

(tidak mampu membayar utang) dari perorangan atau lembaga. Kebangkrutan juga diartikan sebagai suatu keadaan, atau situasi dimana perusahaan mengalami kekurangan, Atau ketidakcukupan dana untuk menjalankan aktivitas usahanya. Dalam upaya untuk menghindari kebangkrutan, perusahaan dapat melakukan prediksi kebangkrutan.

Perusahaan manufaktur adalah perusahaan atau badan usaha yang melakukan aktivitas pengolahan bahan mentah ataupun bahan setengah jadi. Penelitian ini menggunakan perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga. Alasan dilakukan penelitian pada perusahaan ini karena gaya hidup masyarakat Indonesia semakin modern, sehingga masyarakat Indonesia tampil dengan gaya khas dan berbeda. Mulai dari aksesoris, fashion, hingga penampilan. Maka tak heran kalau banyak masyarakat Indonesia mau merogoh kocek dalam-dalam, termasuk untuk membeli kosmetika, hanya demi agar penampilannya terlihat menarik.

Gaya hidup masyarakat tersebut mulai digarap sungguh-sungguh dan menjadi peluang usaha. Di Bursa Efek Indonesia, ada beberapa perusahaan yang bergerak di sub sektor kosmetik tersebut, seperti Akasha Wira Internasional (ADES), Kino Indonesia (KINO), Martina Berto (MBTO), Mustika Ratu (MRAT), Mandom Indonesia (TCID), serta Unilever (UNVR).

Sayangnya, kinerja emiten sub sektor kosmetik dalam tahun 2015-2017 mengalami penurunan. Pertumbuhan pendapatan MBTO dan MRAT bahkan cenderung menurun. Sehingga, laba bersih yang dicetak keduanya

pun turun. **Hanya UNVR lah yang memiliki kinerja yang cukup stabil.**

Pendapatan UNVR tumbuh signifikan, tetapi laba bersih yang dicatat hanya tumbuh tipis 10% dari periode yang sama tahun sebelumnya.

Di dalam perkembangannya, tidak semua perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga dapat menghasilkan kenaikan laba di dalam operasinya, beberapa perusahaan justru mengalami penurunan laba atau bahkan mengalami kerugian. Tabel 1 menunjukkan pergerakan laba bersih, perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga di Indonesia pada tahun 2015 sampai dengan 2017.

Tabel 1
Pergerakan Laba Bersih Perusahaan Kosmetik Dan Keperluan
Rumah Tangga (dalam jutaan rupiah)

Nama Perusahaan	2015	2016	2017
PT Akasha Wira international Tbk,	32,839	55,951	38,242
PT Kino Indonesia Tbk,	262,980	181,110	109,696
PT Mustika Ratu Tbk,	1,046	(5,549)	(1,283)
PT Mandom Indonesia Tbk,	544,474	162,060	179,126
PT Unilever Indonesia Tbk,	5,851,000	6,391,000	7,005,000
PT Martina Berto Tbk,	(14,057)	8,814	(24,691)

Sumber : www.idx.co.id

Tabel 1 menggambarkan bahwa hampir semua perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga mengalami fluktuatif laba bersih, sehingga keamanan terhindarnya dari resiko kebangkrutan, atau tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha akan tidak pasti, maka dari itu perusahaan harus semakin berhati-hati dalam menghadapi persaingan agar tidak mengalami kerugian, atau dalam kasus yang lebih parah perusahaan mengalami kebangkrutan. Dalam upaya menghindari

kebangkrutan, manajer perlu untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan atau melakukan prediksi potensi kebangkrutan perusahaan.

Dalam perkembangannya PT Akasha Wira international Tbk (ADES) berhasil membukukan Penjualan Bersih sebesar Rp887 miliar atau tumbuh 32% dibandingkan Penjualan Bersih di tahun 2015 sebesar Rp669 miliar. Sedangkan Laba Bersih Tahun Berjalan meningkat 70% menjadi Rp55 miliar dari Rp32 miliar di tahun 2015. Kenaikan Penjualan Bersih dan Laba Bersih tersebut adalah lebih tinggi dari target pertumbuhan minimum yang ditetapkan Perseroan untuk tahun 2016 yaitu sebesar 15%. Penjualan Bersih yang terus meningkat secara konsisten dari tahun ke tahun menguatkan keyakinan perusahaan bahwa Perseroan mampu untuk terus tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan untuk mewujudkan Visi-nya. Dengan angka pencapaian finansial tersebut di atas, perusahaan cukup meyakini kemampuan Perseroan untuk mencapai pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Di tahun 2017 perbaikan ekonomi Indonesia terus berlanjut yang ditunjukkan dengan pertumbuhan sebesar 5,07%, lebih tinggi dibandingkan 5,02% di tahun 2016. Sedangkan inflasi meningkat menjadi 3,61% dari 3,20% di tahun 2016. Pertumbuhan ekonomi di atas 5% selama dua tahun berturut-turut adalah buah dari kerja Pemerintah dalam mendorong percepatan ekonomi antara lain melalui paket-paket kebijakan ekonomi yang memudahkan pelaku usaha dan peningkatan belanja pemerintah utamanya di sektor infrastruktur.

Penjualan Bersih Perseroan turun 8,2% di tahun 2017 menjadi Rp 814,4 miliar dari Rp887,7 miliar di tahun 2016. Pencapaian Laba Bersih tahun 2017 adalah Rp38,2 miliar, turun dibandingkan perolehan Laba Bersih tahun 2016 sebesar Rp56 miliar. Dengan pencapaian tingkat Penjualan dan Laba Bersih tersebut maka pertumbuhan sebesar minimal 15% yang telah ditargetkan oleh Perseroan untuk tahun 2017 tidak dapat dicapai. Meningkatnya persaingan usaha akibat melambatnya pertumbuhan dan turunnya daya beli masyarakat pada umumnya terhadap produk konsumen adalah salah satu penyebab menurunnya kinerja Perseroan di tahun 2017. Ditengah situasi pasar yang semakin kompetitif tersebut biaya pemasaran dan penjualan membesar namun juga belum mampu menghasilkan tingkat Penjualan Bersih seperti yang diharapkan. Di sisi lain buah perbaikan pada struktur biaya produksi telah membantu mengurangi dampak turunnya Penjualan sehingga ratio Laba dari Usaha terhadap Penjualan Bersih masih dapat dipertahankan bahkan sedikit meningkat.

PT Kino Indonesia Tbk (KINO) menghadapi tantangan yang tidak mudah disepanjang tahun 2016. Hal ini seiring dengan melambatnya kinerja industri FMCG di Indonesia, baik dipengaruhi akibat faktor global maupun domestik. Dari sisi global, perdagangan internasional mengalami perlambatan sehingga turut memberikan dampak pada kondisi Indonesia. Pada gilirannya, permintaan produk FMCG turut mengalami kelesuan. Dengan mempertimbangkan latar belakang kondisi perekonomian dan

industri tahun 2016 yang menantang, penjualan Perseroan mengalami penurunan 3% dibandingkan dengan tahun 2015 dari Rp3.603.848 juta menjadi Rp3.493.029 juta. Sebagai akibat dari hal-hal yang telah dijelaskan di atas, Perseroan telah berhasil membukukan laba bersih sebesar Rp181.110 juta yang berarti menunjukkan penurunan sebesar 31,1% dari 2015 yakni sebesar Rp262.981 juta.

Tahun 2017 merupakan tahun yang penuh dengan hambatan dan tantangan bagi hampir seluruh pemain industri konsumen di Indonesia, termasuk Perseroan sendiri. Tahun 2017 juga merupakan tahun bagi KINO untuk berkaca, introspeksi diri, sekaligus berbenah diri agar Perseroan dapat berdiri dengan kokoh pada masa-masa mendatang, baik di tengah kondisi yang kurang mendukung maupun kondisi yang berangsur membaik. Laba tahun berjalan pada tahun 2017 senilai Rp109,70 miliar, turun 39,43% dibanding tahun sebelumnya senilai Rp181,11 miliar. Penurunan tersebut berdampak pada turunnya laba tahun berjalan yang dapat distribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar 38,86%.

Pada PT Mandom Indonesia Tbk (TCID), Perseroan menghadapi kendala pada penjualan ekspor di semester 1 tahun 2016 yang disebabkan oleh ketidakstabilan suplai produk *aerosol* dari perusahaan OEM (*Original Equipment Manufacturer*) serta kondisi eksternal seperti situasi politik dan ekonomi di negara-negara tujuan ekspor di Timur Tengah dan Afrika. Sementara itu, laba bersih tercatat sebesar Rp162,06 miliar atau 29,8% dibanding laba bersih di tahun 2015. Hal ini dikarenakan nilai laba bersih

di tahun 2015 sebagian besar berkontribusi dari laba hasil penjualan tanah, bangunan kantor dan pabrik di Sunter, Jakarta Utara.

Sedangkan sepanjang tahun 2017 Perseroan membukukan kinerja yang cukup baik terutama untuk pasar domestik yang mampu mencatatkan penjualan sebesar Rp2,07 triliun atau tumbuh 10,1% dibanding tahun 2016. Sementara itu, pasar ekspor masih menjadi tantangan tersendiri bagi Perseroan dan mencatatkan penurunan penjualan sebesar 1,5% dibanding tahun 2016. Kondisi politik ekonomi di negara-negara tujuan ekspor di Afrika dan Timur Tengah memberikan pengaruh pada penyerapan produk-produk Perseroan dipasar tersebut. Untuk menyikapinya, Perseroan berusaha meningkatkan penjualan ekspor ke negara-negara dalam Mandom Group. Salah satu cara yang ditempuh yaitu dengan memperkenalkan beberapa produk baru yang sebelumnya sudah dikenal baik di pasar domestik. Secara total, penjualan Perseroan di tahun 2017 tercatat sebesar Rp2,71 triliun atau tumbuh 7,1% dibanding tahun 2016. Laba bersih mencapai Rp179,13 miliar atau tumbuh 10,5% dibanding tahun 2016. Hasil penjualan Perseroan masih dibawah target penjualan tahunan yang ditetapkan untuk tumbuh *double digit* atau minimal 10%. Kondisi dan kendala di pasar ekspor sudah dijelaskan sebelumnya sementara itu perlambatan di pasar domestik mulai dirasakan di semester 2 tahun 2017.

Pada tahun 2016 PT Mustika Ratu Tbk (MRAT), membukukan nilai penjualan bersih sebesar Rp344 miliar, mengalami penurunan sebesar

19% dibandingkan dengan penjualan tahun 2015. Pencapaian pertumbuhan penjualan ini tentunya dibawah target yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahun 2016 ini Perseroan membukukan Rugi Bersih Rp 5,5 miliar.

Sedangkan di tahun 2017 Perseroan membukukan penjualan bersih sebesar Rp 344,7 miliar, meningkat tipis dibandingkan tahun 2016 yaitu Rp344 miliar. Pencapaian pertumbuhan penjualan ini tentunya masih dibawah target yang telah ditetapkan sebelumnya. Kontribusi penjualan terbesar masih dihasilkan dari penjualan di pasar domestik yaitu Rp 332,6 miliar dan penjualan ekspor sebesar Rp12,1 miliar. Walaupun demikian, tahun 2017 masih mencatatkan rugi bersih Rp1,2 miliar.

PT Martina Berto Tbk (MBTO), masih lemahnya daya beli masyarakat dan ketatnya persaingan, peningkatan penjualan belum mampu diraih. Di tahun 2016, Perseroan membukukan penjualan sebesar Rp. 685,44 milyar, mengalami penurunan sebesar $\pm 1,34\%$ atau 92,62% dari target tahun 2016 sebesar Rp740 milyar. Efek dari semua strategi Perseroan baru bisa berdampak pada penghematan, dimana Perseroan berhasil menekan harga pokok penjualan sebesar 7,03% dan beban usaha sebesar 5,84%. Sehingga untuk tahun buku 2016, Perseroan berhasil membukukan kembali laba usaha sebesar Rp.24,64 milyar dan laba bersih sebesar Rp.8,814 milyar setelah tahun sebelumnya mengalami rugi usaha sebesar Rp.11,46 milyar dan rugi bersih sebesar Rp.14,06 milyar. Prospek usaha industri kosmetika masih cukup bagus, berdasarkan data *euro*

monitor compound average growth rate industri untuk 2 tahun terakhir masih bertumbuh $\pm 11,09\%$.

Sedangkan Pada tahun 2017 Perseroan mengalami rugi usaha sebesar Rp17,01 milyar, turun 169,00% dibandingkan tahun 2016 yang membukukan laba sebesar Rp24,64milyar. Kerugian ini disebabkan oleh menurunnya margin laba kotor dari 52,19% pada tahun 2016 menjadi 51,37% pada tahun 2017 dan meningkatnya rasio beban operasi terhadap penjualan dari 48,59% pada tahun 2016 menjadi 53,69% pada tahun 2017, sehingga margin laba usaha menurun dari 3,60% pada tahun 2016 menjadi 2,32% pada tahun 2017.

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR), Pada tahun 2016, menghasilkan pertumbuhan yang konsisten, kompetitif, menguntungkan dan berkelanjutan. Perseroan mencatat sejumlah pencapaian lainnya dengan mencetak penjualan lebih dari Rp40 triliun, meningkat sebesar 9,8%Dibandingkan tahun sebelumnya, serta terus mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar. Margin kotor secara umum tetap stabil pada 51,1%,yang menghasilkan keuntungan sebesarRp6,4 triliun di tahun 2016. Pertumbuhan ini didorong oleh inovasi, Eksekusi yang kuat secara konsisten, dan kedisiplinan terhadap biaya. Kemajuan yang signifikan juga telah diraih untuk komitmen kami terhadap keberlanjutan; dan telah melakukan investasi strategis untuk mendukung pertumbuhan laba yang dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

Sedangkan pada tahun 2017 UNVR dengan terus menerus berfokus pada profitabilitas dan inovasi, Perseroan membukukan penjualan bersih sebesar Rp41,2 triliun, dan laba bersih lebih dari Rp7 triliun, atau tumbuh sebesar 9,6% dibanding tahun sebelumnya.

Beberapa penelitian telah mengembangkan model prediksi kebangkrutan perusahaan. Salah satunya adalah metode AltmanZ-Score. Metode ini memiliki kelebihan diantara metode prediksi kebangkrutan lainnya, yaitu metode ini telah mengkombinasikan berbagai macam rasio yang diperlukan untuk menilai likuidasi, profitabilitas, solvabilitas, dan aktivitas. Selain itu rasio-rasio yang dimiliki oleh Z-Score Telah mencakup penilaian internal dan eksternal perusahaan, dalam hal ini adalah rasio nilai pasar saham terhadap total hutang yang masuk ke dalam metode Altman Z-Score. Peneliti hanya memakai model prediksi Altman karena kelebihan metode tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti dapat merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu **“Analisis Kebangkrutan Dengan Metode AltmanZ-Score Pada Perusahaan Manufaktur Sub sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2015-2017”**. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis kebangkrutan pada suatu perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga berdasarkan rasio keuangan dengan menggunakan metode Altman Z-Score serta menilai kesehatan kinerja perusahaan khususnya pada bagian keuangan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perusahaan kosmetik dan barang keperluan rumah tangga merupakan bagian dari salah satu sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa efek Indonesia yang bergerak dalam produksi kosmetik, wangi-wangian, perawatan rambut, produk makanan dan minuman, produk perawatan rumah, serta produk perawatan tubuh.
2. Laporan keuangan dari 6 perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga lainnya cenderung menurun, dan ada beberapa perusahaan yang mengalami kerugian.

C. Batasan Masalah

Dalam penyusunan laporan akhir ini, perlu dibatasi ruang lingkup pembahasannya sehingga penulisan laporan akhir ini dapat dilakukan secara lebih terarah dan dapat mencapai tujuan penulisan laporan akhir ini sesuai dengan permasalahan yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode Altman Z-Score sedangkan laporan keuangan berdasarkan laporan keuangan Perusahaan Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga di BEI periode 2015-2017.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka di rumuskan suatu masalah yaitu:

1. Bagaimana analisis kebangkrutan dengan menggunakan metode Altman Z-Score pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017?
2. Berapa resiko analisis kebangkrutan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 dengan menggunakan analisis Z-Score?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kebangkrutan dengan menggunakan metode Altman Z-Score pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.
2. Untuk mengetahui resiko analisis kebangkrutan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 dengan menggunakan analisis Z-Score.

F. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini semoga dapat bermanfaat secara akademis kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, hasil penelitian diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan serta pemahaman tentang analisis tingkat

kesehatan dengan menggunakan metode Altman Z-Score pada perusahaan.

2. Bagi perusahaan, hasil penelitian diharapkan bisa menjadi acuan atau informasi yang berguna bagi perusahaan dalam menganalisis tingkat kesehatan dengan menggunakan metode Altman Z-Score pada perusahaan.
3. Bagi pengembangan ilmu, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi yang terbaru bagi perkembangan .
4. Ilmu manajemen khususnya mengenai analisis tingkat kesehatan dengan menggunakan metode Altman Z-Score pada perusahaan.

G. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian digunakan untuk menyajikan secara garis besar isi dari setiap bab dalam skripsi, sehingga dengan membaca sistematika ini pembaca memperoleh gambaran umum dari apa yang akan di bahas dari keseluruhan isi skripsi. Maka sistematika penelitian skripsi secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan mencoba menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan judul penyusunan skripsi dan dasar-dasar teori tentang manajemen keuangan, laporan keuangan, kebangkrutan, Analisis Altman Z-Score, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, metode penelitian, variable dan pengukuran, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai sejarah perusahaan, analisis metode almant Z-Score dan pembahasan dari hasil pengolahan data penelitian yang telah di peroleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang berkaitan dengan pembahasan yang dapat dijadikan sebagai informasi-informasi tambahan bagi penelitian selanjutnya, perusahaan maupun investor.