

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman mendorong adanya persaingan dalam berbagai aktivitas perekonomian. Hal tersebut menuntut industri untuk terus melakukan pengembangan strategi serta *continuous improvement* untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan. Ketidakmampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan, menyebabkan beberapa perusahaan mengalami penurunan penjualan, membengkaknya utang hingga mengakibatkan kebangkrutan. Seperti pada tahun 2017, PT Nyonya Meneer dinyatakan bangkrut karena memiliki utang kepada 35 kreditur dengan total sebesar 89 miliar rupiah. Selanjutnya pada tahun 2018, PT Sariwangi AEA juga dinyatakan bangkrut karena terlilit utang sebesar lebih dari satu triliun rupiah. Selain itu pada tahun 2022, perusahaan kosmetik dunia yang yakni Revlon Inc resmi dinyatakan bangkrut. Hal ini karena utang perusahaan mencapai 3,5 miliar US Dollar sedangkan penjualan produk dan pendapatan operasional mengalami penurunan sejak 2017 hingga 2020.

Ancaman kebangkrutan menghantui berbagai sektor termasuk industri kosmetik dalam negeri yang saat ini mendapat tantangan dengan peredaran produk kosmetik impor di pasar domestik. Banyaknya peredaran kosmetik impor ini menyebabkan perusahaan kosmetik lokal terutama yang sudah *go public* semakin meningkatkan persaingan di dalam mengembangkan potensi jual dengan inovasi sistem baru untuk menunjang nilai jual yang tinggi agar tetap eksis tersebar luas

dipasaran masyarakat. Namun untuk mempertahankan produk tersebut perusahaan kosmetik *go public* tentu akan mengalami tantangan serta persaingan baik dari segi penjualan, promosi, serta pemasaran, sehingga ini yang menjadi faktor berkurangnya pendapatan yang dihasilkan perusahaan produk kosmetik lokal.

Tabel 1. 1 Sektor Industri Andalan

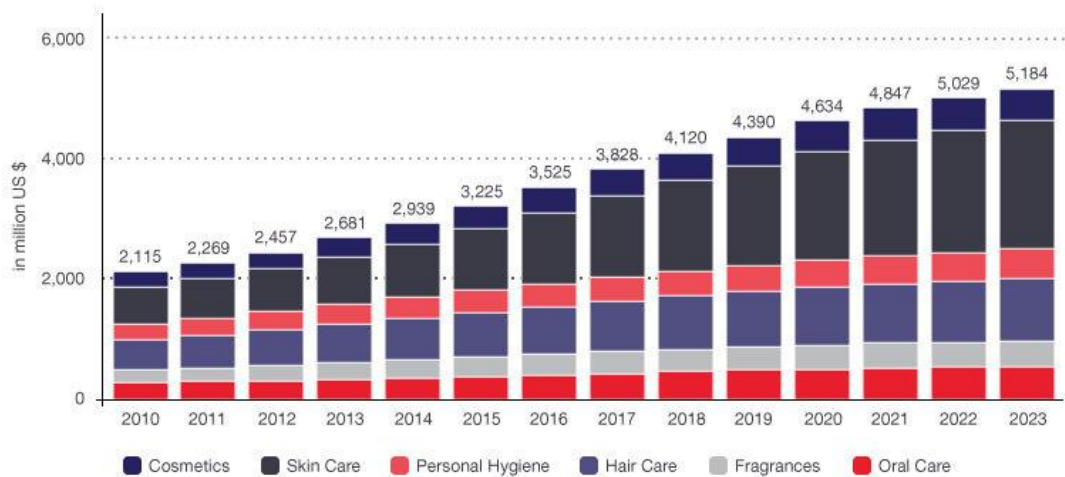
No	Jenis Industri
1	Industri Pangan
2	Industri Farmasi, Kosmetik, dan Alat Kesehatan
3	Industri Tekstil, Kulit, Alas Kaki dan Aneka
4	Industri Alat Transportasi
5	Industri Elektronika dan Telematika/ICT
6	Industri Pembangkit Energi

Sumber: RIPIN Kementerian Perindustrian (2022)

Industri kosmetik nasional mencatatkan kenaikan pertumbuhan 20% atau empat kali lipat dari pertumbuhan ekonomi nasional pada tahun 2017 (Kementerian Perindustrian RI, 2018a). Kementerian Perindustrian juga telah menempatkan industri kosmetik sebagai sektor andalan sebagaimana tertuang dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) tahun 2015-2035 seperti yang disajikan pada Tabel 1.1. Dalam RIPIN 2015-2035, dijelaskan bahwa terdapat enam sektor industri andalan. Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa industri kosmetik menempati urutan kedua dari enam sektor industri andalan dalam RIPIN 2015-2035. Hal ini dikarenakan prospek bisnis di sektor industri kosmetik cukup

gemilang serta memiliki permintaan di pasar domestik dan ekspor semakin meningkat (Kementerian Perindustrian RI, 2018b).

Sementara Badan Pusat Statistik merilis data nilai impor kosmetik, termasuk perlengkapan kecantikan, *skincare*, *manicure/ pedicure*, hingga US\$226,74 juta (kurs Rp14.500,00 = sekitar Rp3,29 triliun). Nilai sebesar itu meningkat nyaris 30% dibanding nilai impor kosmetik pada 2016 yang mencatatkan angka US\$175,48 juta (Rp2,54 triliun). Badan Pusat Statistik menyebut nilai impor produk kecantikan, termasuk kosmetik, produk perawatan, dan sabun, periode Januari-Juli 2018 mencapai US\$431,2 juta atau naik 31,7% dibanding tahun sebelumnya.



Sumber: cekindo.com

Gambar 1.1

Grafik Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia

Dari data pada gambar 1.1, bisa dilihat bahwa tingkat penjualan *Cosmetics*, *Skincare*, *Personal Hygiene*, *Haircare*, *Fragrance* dan *Oral Care* dari tahun ke tahun meningkat secara signifikan dengan Industri *Skincare* yang memimpin,

diikuti dengan *haircare* kemudian *cosmetics*. Hal ini tentu menjadi ancaman bagi perusahaan di bidang kosmetik karena grafik 1.1 menunjukkan tingginya minat beli konsumen terhadap *skincare*. Namun jika diteliti lebih seksama, jumlah kenaikan tahun ke tahun tersebut berkurang, seperti dari tahun 2017 sampai 2018 mengalami kenaikan sekitar US\$292, selanjutnya tahun 2018 sampai 2019 menjadi sekitar US\$270, lalu pada tahun 2019 sampai tahun 2020 sekitar US\$244, tahun tahun berikutnya pun cenderung lebih rendah yakni US\$213, US\$182 dan US\$155.

Penggunaan kosmetik merupakan kebutuhan pada sebagian besar orang di Indonesia. Pandemi Covid-19 menimbulkan dampak terhadap berbagai sektor industri, termasuk produk kecantikan. Penggunaan produk kosmetik mengalami penurunan karena adanya ketentuan bekerja dari rumah yang membuat pengguna jarang menggunakan riasan. Namun produk perawatan kulit masih diminati (Lokadata.id, 2020). Survei yang dilakukan Jakpat terhadap 1.109 perempuan secara nasional pada September 2020 menunjukkan persentase penggunaan produk kosmetik selama pandemi cenderung menurun. Produk-produk kosmetik seperti *eyeliner*, *foundation*, *mascara*, *blush on*, dan *eyeshadow* yang paling tajam penurunannya. Penggunaan *eyeliner*, sebagai produk riasan mata ini turun 18,9 persen dibandingkan sebelum pandemi. “43,6 persen responden mengaku tidak memakainya selama pandemi” tulis laporan Jakpat.

Kebangkrutan merupakan masalah yang harus diwaspadai oleh perusahaan. Kebangkrutan merupakan situasi dimana total kewajiban perusahaan melebihi total aset. Kombinasi dari melemahnya prospek industri ke depan digabungkan dengan lemahnya manajemen perusahaan dapat berakibat fatal bagi suatu perusahaan.

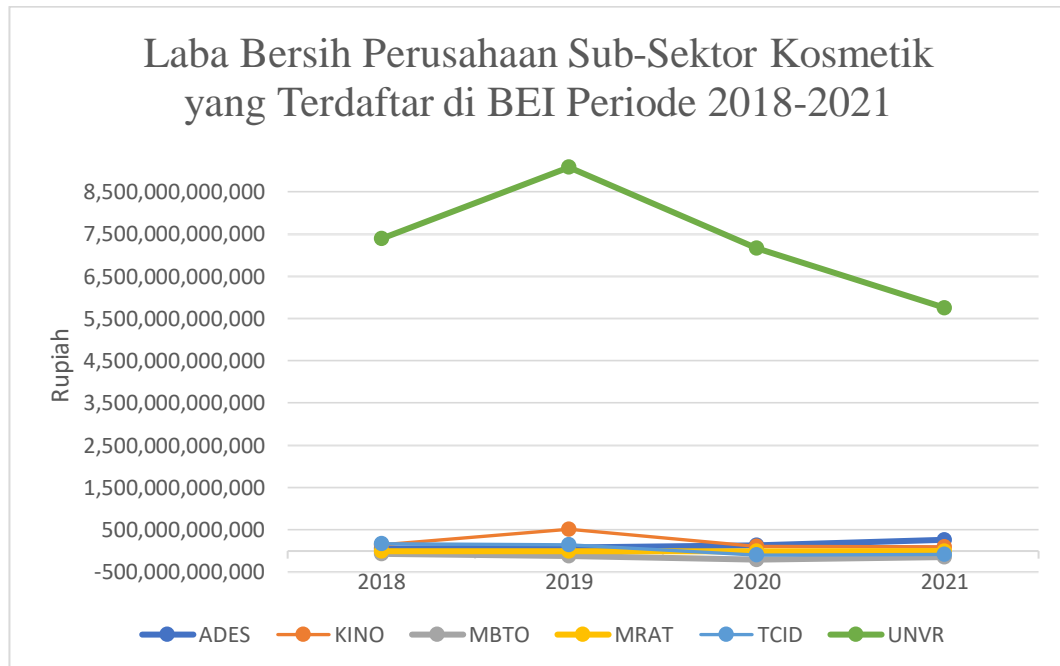
Perusahaan yang dinyatakan bangkrut berarti perusahaan tersebut benar-benar mengalami kegagalan usaha, untuk itu perusahaan harus sedini mungkin untuk melakukan berbagai analisis terutama analisis mengenai prediksi kebangkrutan. Risiko kebangkrutan pada perusahaan dapat diamati dan diukur dengan cara melakukan analisis rasio terhadap laporan keuangan perusahaan. Melakukan analisis laporan keuangan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan terutama dalam pengambilan keputusan dan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya.

Analisis prediksi kebangkrutan sangatlah cocok bagi semua perusahaan, termasuk perusahaan kosmetik. Melalui analisis prediksi kebangkrutan perusahaan dapat memperoleh peringatan awal kebangkrutan (tanda-tanda awal kebangkrutan). Menurut Hanafi dan Halim (2016: 110) semakin awal tanda-tanda kebangkrutan tersebut, semakin baik bagi pihak manajemen karena pihak manajemen bisa melakukan perbaikan-perbaikan. Pihak kreditur dan juga pihak pemegang saham bisa melakukan persiapan-persiapan untuk mengatasi berbagai kemungkinan yang buruk.

Berdasarkan situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id), perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) diantaranya yaitu PT Akasha Wira International Tbk, PT Kino Indonesia Tbk, PT Martina Berto Tbk, PT Mandom Indonesia Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, dan PT Unilever Indonesia Tbk.

Berikut adalah data Laba Bersih pada perusahaan sub-sektor kosmetik tahun 2018-2021 yang diperoleh dari laporan keuangan masing-masing perusahaan

melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) yang digunakan dalam memprediksi tingkat kebangkrutan perusahaan:



Sumber: idx.co.id (Data diolah, 2022)

Gambar 1.2

Fluktuasi Laba Bersih

Dari grafik pada gambar 1.2 dapat terlihat jelas bahwa tingkat laba bersih pada perusahaan kosmetik mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Dari keseluruhan data, perusahaan yang memiliki laba bersih tertinggi adalah PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dengan jumlah rata-rata laba bersih yang terhitung jauh lebih tinggi dibandingkan perusahaan lainnya pada empat tahun terakhir yaitu sebesar Rp29.395.708.000.000. Sedangkan perusahaan dengan rata-rata laba bersih terendah ialah PT Martina Berto Tbk (MBTO) yang mengalami kerugian atau saldo negatif setiap tahunnya sehingga jika dikumulasi pada empat tahun terakhir, perusahaan ini mengalami rata-rata dengan kerugian sebesar Rp133.264.690.410.

PT Akasha Wira International Tbk (ADES) pada tahun 2018 memiliki laba bersih sebesar Rp58.903.000.000. Tahun 2019 laba bersih meningkat menjadi Rp86.023.000.000. Lalu meningkat pula pada tahun 2020 menjadi Rp135.789.000.000 dan pada tahun 2021 pun meningkat cukup besar menjadi Rp265.758.000.000 hal ini disebabkan oleh penjualan yang meningkat dari tahun sebelumnya.

PT Kino Indonesia Tbk (KINO) pada tahun 2018 memiliki laba bersih sebesar Rp150.148.639.199. Tahun 2019 laba bersih meroket sangat tajam menjadi Rp515.603.339.649, menyebabkan perusahaan ini berada pada posisi kedua klasemen industri kosmetik, hal ini salah satunya disebabkan oleh pendapatan usaha yang meningkat sebesar Rp1.067.174.579.123 dari tahun sebelumnya. Namun pada tahun 2020 laba bersih turun drastis menjadi Rp113.665.219.638 lalu tahun 2021 menurun kembali menjadi Rp100.649.538.230 yang disebabkan oleh penurunan pendapatan usaha serta adanya peningkatan beban pokok penjualan dan juga beban umum dan administrasi.

PT Martina Berto Tbk (MBTO) pada tahun 2018 mengalami kerugian, laba bersih sebesar -Rp66.945.955.666, tahun 2019 kerugian yang diperoleh semakin besar yakni -Rp114.131.038.530 kemudian tahun 2020 kembali mengalami kerugian yang semakin tinggi menjadi -Rp203.215.042.745, hal ini terjadi karena perusahaan menunjang sistem penjualan yang terlalu tinggi untuk dapat mempertahankan nilai jual sehingga yang terjadi justru kerugian karena terlalu banyak beban penjualan dan beban operasi yang ditanggung perusahaan sehingga pendapatan dari penjualan tidak dapat mencapai laba yang diharapkan perusahaan.

Tahun 2021 perusahaan mengalami sedikit peningkatan pendapatan namun masih mengalami kerugian dengan nilai yang lebih baik dari tahun sebelumnya, laba bersih yang diperoleh sebesar -Rp148.766.724.700.

PT Mustika Ratu Tbk (MRAT) mengalami fluktuasi pada empat tahun terakhir. Tahun 2018 mengalami kerugian sebesar -Rp2.257.132.420 karena penjualan pada tahun ini menurun. Tahun 2019 perusahaan ini mengalami peningkatan pendapatan sehingga mendapat laba bersih sebesar Rp131.182.389. Tahun 2020 perusahaan ini kembali mengalami kerugian sebesar -Rp6.766.209.786 disebabkan oleh pendapatan usaha yang menurun diiringi dengan penambahan beban usaha. Pada tahun 2021 perusahaan ini mengalami peningkatan penjualan sebesar Rp8.386.071.622 dan penurunan sehingga perusahaan memperoleh laba bersih sebesar Rp358.126.931.

PT Mandom Indonesia Tbk (TCID) tahun 2018 memiliki laba bersih sebesar Rp173.049.442.756. Laba bersih ini terbilang cukup tinggi dibandingkan rata-rata laba bersih yang diperoleh perusahaan lainnya. Tahun 2019 perolehan laba bersih perusahaan ini menurun menjadi Rp145.149.344.561, hal ini disebabkan oleh beban penjualan yang semakin besar serta utang atas pihak ketiga yang bertambah, untuk penjualan pada tahun ini sendiri mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Tahun 2020 perusahaan ini mengalami kemerosotan drastis sehingga mengalami kerugian sebesar -Rp97.132.842.436, penyebab kerugian ini diantaranya penjualan yang menurun. Pada tahun 2021 perusahaan dapat sedikit meminimalisir kerugian dengan berkurangnya biaya penjualan serta biaya umum dan administrasi disertai

peningkatan penjualan sehingga kerugian yang diperoleh berkurang dari tahun sebelumnya menjadi -Rp75.681.611.231.

PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) adalah perusahaan dengan tingkat laba bersih tertinggi sehingga menempati puncak klasemen industri komestik. Perolehan laba bersih pada empat tahun terakhir di perusahaan ini memiliki angka yang sangat tinggi yaitu Rp7.392.837.000.000 pada tahun 2018. Lalu pada tahun berikutnya mengalami peningkatan penjualan sehingga laba bersih menjadi Rp9.081.187.000.000. Tahun berikutnya perusahaan ini mengalami sedikit penurunan dikarenakan adanya biaya operasional yang bertambah sehingga perolehan laba bersih sebesar Rp7.163.536.000.000 pada tahun 2020 dan Rp5.758.148.000.000 pada tahun 2021. Kondisi ini tidak membuat perusahaan mengalami kerugian dikarenakan jumlah penjualan tetap meningkat setiap tahunnya dan membuat perusahaan ini tetap berada pada posisi tertinggi diantara perusahaan kosmetik lainnya.

Penelitian mengenai prediksi kebangkrutan perusahaan menggunakan model analisis Altman *Z-Score*, Springate, dan Zmijewki sudah pernah dilakukan oleh para peneliti di Indonesia, seperti yang dilakukan oleh Fatmawati (2012) menguji kebangkrutan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada BEI. Wulandari and Tasman (2019) meneliti prediksi kebangkrutan perusahaan pada sektor jasa telekomunikasi. Salim (2016) meneliti prediksi kebangkrutan perusahaan pada sektor pertambangan batubara. Meiliawati and Isharijadi (2017) meneliti prediksi kebangkrutan perusahaan pada sektor kosmetik. Pelitawati and Kusumawardana (2020) melakukan kajian prediksi kebangkrutan pada beberapa perusahaan di BEI.

Sari (2018) melakukan penelitian prediksi kebangkrutan pada perusahaan sektor makanan dan minuman. Santi and Sujianto (2017) melakukan penelitian prediksi kebangkrutan pada bank syariah.

Pemilihan model Altman, Springate, dan Zmijewski karena model-model tersebut relatif mudah untuk digunakan. Selain itu berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu, ketiga model tersebut memiliki tingkat keakuratan yang cukup tinggi dalam memprediksi potensi kebangkrutan suatu perusahaan. Adanya perbedaan tingkat akurasi dari model-model prediksi kebangkrutan tersebut menyebabkan perlu dilakukan komparasi kembali hasil prediksi kebangkrutan dari ketiga model prediksi kebangkrutan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan prediksi kebangkrutan pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan menggunakan model Altman, model Springate, model Zmijewski untuk mengetahui model prediksi kebangkrutan yang paling akurat dari ketiga model prediksi kebangkrutan tersebut dalam memprediksi kebangkrutan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti mengangkat suatu permasalahan dengan judul “**Analisis Komparatif Model *Altman Z-Score*, *Springate* dan *Zmijewski* dalam Memprediksi Kebangkrutan Perusahaan Sub-Sektor Kosmetik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan tingkat akurasi antara model *Altman Z-Score*, *Springate* dan *Zmijewski* dalam memprediksi kebangkrutan perusahaan.
2. Model mana yang memiliki tingkat akurasi tertinggi untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada identifikasi masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Apakah terdapat perbedaan tingkat akurasi antara model *Altman Z-Score*, *Springate* dan *Zmijewski* dalam memprediksi kebangkrutan perusahaan
2. Model mana yang memiliki tingkat akurasi tertinggi untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan.

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu.

1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan bahan acuan yang dapat digunakan dalam bidang manajemen keuangan khususnya pembahasan mengenai prediksi kebangkrutan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Dapat memberikan tambahan pengetahuan, pengalaman dan tambahan ilmu serta pemahaman teori mengenai model prediksi kebangkrutan.

b. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan, sumbangan pemikiran dan perbandingan bagi peneliti di masa mendatang.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub-sektor kosmetik yang terdaftar di bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2021 dengan *Financial Statement* diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta *Annual Report* dari situs resmi masing-masing perusahaan kosmetik.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian yaitu dimulai pada bulan September 2022 sampai dengan April 2023 dengan jadwal terlampir.