

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perusahaan ritel adalah salah satu aktivitas yang menambah nilai produk dan jasa kepada konsumen baik untuk kebutuhan keluarga atau untuk keperluan pribadi. Perusahaan ritel membantu produsen/distributor dan konsumen agar setiap kebutuhan akan keduanya dapat terpenuhi. Perusahaan ritel menyediakan seluruh kebutuhan rumah tangga, mulai dari kebutuhan sehari-hari seperti gula, sabun mandi, pakaian, hingga kebutuhan-kebutuhan lainnya.

Perkembangan ritel di Indonesia sebenarnya terbagi menjadi dua, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Namun seiring berjalannya waktu, ritel tradisional banyak ditinggalkan oleh para konsumen, sehingga bisnis ritel modern di Indonesia meningkat pesat. Munculnya konsep ritel baru seperti hipermarket, supermarket, minimarket, dan department store yang termasuk ke dalam jenis ritel modern (pasar modern) merupakan peluang pasar baru yang dinilai cukup potensial oleh para pebisnis ritel. Dari waktu ke waktu jumlah pasar modern cenderung mengalami pertumbuhan positif dikarenakan orang dapat berbelanja dengan fasilitas dan kenyamanan serta pelayanan yang baik. Perkembangan ritel modern yang begitu pesat, berdampak semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini.

Perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada era milenium harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami perilaku konsumen. Perusahaan yang baik adalah yang memahami betul siapa konsumennya dan bagaimana mereka berperilaku. Pemahaman mengenai siapa konsumennya akan menuntun para pengusaha kepada keberhasilan memenangkan persaingan dunia usaha.

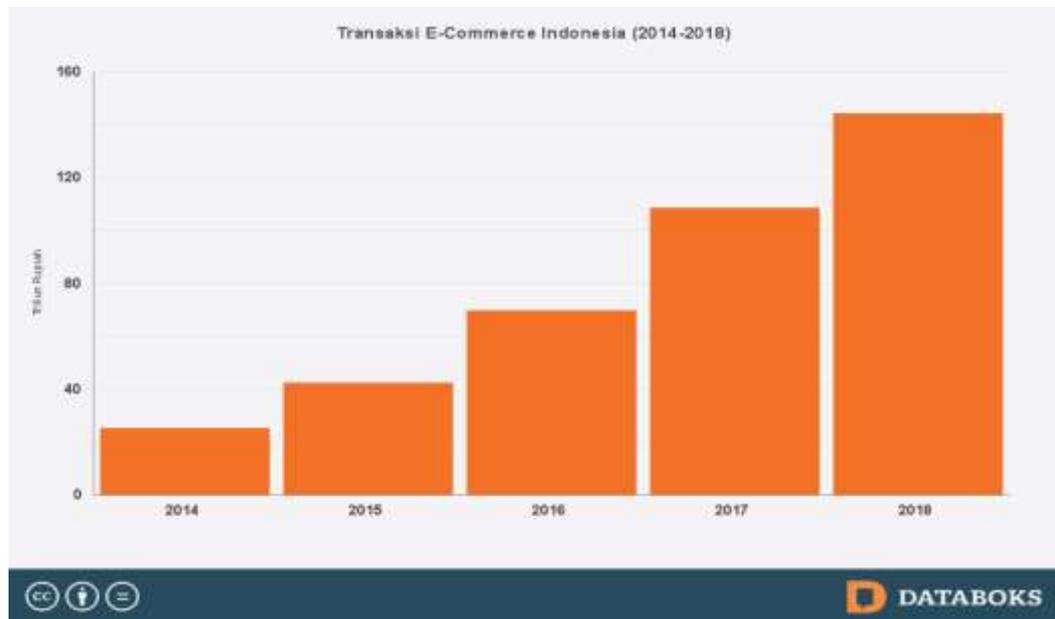
Kemajuan teknologi memberi kesempatan kepada produsen untuk menawarkan produk baru yang lebih praktis dengan cepat. Perkembangan *online*

shopping atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh masyarakat Indonesia. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam-macam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *online shopping* sebagai salah satu tempat berbelanja baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual *online shopping* yang berlomba–lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana *online shopping* saat ini diminati oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan bisnis melalui media internet semakin hari semakin meningkat, faktor pendukungnya adalah meningkatnya pengguna internet di dunia terutama di Indonesia. Faktor kedua yang menyebabkan hal tersebut, karena semakin mudah dan murah koneksi internet di Indonesia dan ketiga semakin banyak pendidikan dan pelatihan pembuatan toko online dengan harga sangat terjangkau.

Media internet telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang memiliki prospek sangat baik saat ini, dimana melalui media internet penjual dapat menjangkau konsumen secara luas. Bahkan sekarang ini internet telah masuk ke berbagai pelosok negeri, masyarakat yang tinggal jauh dari kota pun dapat memanfaatkan fasilitas internet ini. Peningkatan pengguna internet di Indonesia sangatlah signifikan.

Banyaknya kebutuhan manusia serta teknologi yang canggih pada zaman ini membuat para konsumen lebih memilih sesuatu yang lebih praktis untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Perkembangan *online shopping* di Indonesia sejalan dengan makin populernya *online shopping* di dunia pada saat ini. Perkembangan *online shopping* atau belanja online seperti halnya laku.com, lazada, zalora, kaskus, blibli.com, tokopedia, dan berbagai jenis *online shopping* lainnya. *Online shopping* kini semakin ramai dengan berbagai jenis produk mulai dari *fashion*, makanan, keperluan rumah tangga, sampai *gadget* dll. Saat ini diperkirakan jumlah toko online di Indonesia telah berjumlah ratusan. Semakin banyak toko online yang berkembang di Indonesia membuat banyak perubahan pola belanja masyarakat yang awal bersifat konvensional kini berbelanja cukup dengan memilih produk yang ada di web/blog.

Berikut adalah diagram perkembangan transaksi *E-Commerce* di Indonesia ditunjukkan pada gambar 1.1



Sumber: Databoks

Gambar 1.1 Diagram perkembangan transaksi *e-commerce*

Berkembangnya toko-toko online di Indonesia membuat persaingan usaha antara pusat perbelanjaan atau toko *offline* dengan toko *online e-commerce* di Indonesia sangat ketat. Hal ini yang menyebabkan salah satu toko ritel di Indonesia yaitu PT Matahari Department Store Tbk memastikan akan menutup dua gerai yang berlokasi di Pasaraya Blok M dan Pasaraya Manggarai pada akhir bulan September 2017. "Matahari Department Store Pasaraya Blok M dan Manggarai akan ditutup per akhir bulan September ini", Miranti menjelaskan. "Kedua gerai milik Matahari tersebut ditutup akibat pusat perbelanjaan tersebut sepi pengunjung sehingga penjualan tidak sesuai target. Karena mal yang sepi sehingga mengakibatkan kinerja kedua gerai tersebut tidak sesuai dengan target manajemen" ujar Corporate Secretary dan Legal Director PT Matahari Department Store Tbk Miranti Hadisusilo (Kompas.com, Jumat 15/9/2017).

Penurunan bisnis ritel mulai terlihat saat PT Hero Supermarket Tbk menutup 74 gerai pada tahun 2015 untuk menekan beban operasional perusahaannya, di

antaranya menutup 39 gerai Starmart, 22 gerai Guardian, 10 gerai Hero dan 3 gerai Giant. Lalu setelah selesai melakukan divestasi pada bisnis convenience store Starmart, pada Desember 2016 dengan jumlah toko yang ditransfer atau ditutup sebanyak 84 toko. Dan pada tahun 2017, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk menutup 8 supermarket karena mengalami kerugian. Menurut laporan PT Ramayana Lestasi Sentosa Tbk mendapatkan pendapatan penjualan yang hanya meningkat 9,79 persen, namun utang pihak ketiga dan utang pajak sangat membebani kewajiban perseroan.

PT Matahari Departement Store Tbk tahun 2016 menutup 1 (satu) gerainya dan dilanjutkan pada tahun 2017 yang kembali menutup 2 (dua) gerainya, diantaranya penutupan di Pasar Raya Blok M dan Manggarai karena adanya penurunan penjualan. Menurut annual report tahun 2017 PT Mitra Adiperkasa Tbk mengumumkan penutupan seluruh gerai Lotus Departement Store dan gerai Debenhams karena penjualan yang mengalami penurunan. Tahun 2016 PT Matahari Putra Prima Tbk menutup 2 (dua) gerai hypermart dan dilanjutkan pada tahun 2017 PT Matahari Putra Prima Tbk menutup 4 (empat) Hypermart, 3 (tiga) Foodmart, 14 Boston dan 34 gerai FMX karena adanya penurunan penjualan dan peningkatan biaya operasional yang tidak mendukung kestabilan perusahaan.

Berbagai upaya dilakukan oleh para pengusaha ritel yaitu memanfaatkan peranan teknologi dalam belanja online. Untuk peritel online, maka media yang digunakan untuk berinteraksi dengan konsumen adalah web (situs). Situs ini tidak ada bedanya seperti toko maya yang menjual beragam barang. Semua produk yang dijual bisa ditampilkan dalam situs pada halaman demi halaman dalam situs. Situs peritel online pada konsepnya adalah sebuah cara untuk bisa menyampaikan layanan kepada konsumen secara online. Situs peritel online ini mempunyai banyak fungsi dan perspektif yang akhirnya bisa meningkatkan kualitas hubungan antara peritel dan konsumen.

Halaman muka pada situs peritel online bisa digunakan media interaktif dengan konsumen. Selain menampilkan menu utama (*home, news, community, product, service, others*) maka situs peritel online ini juga menampilkan media interaktif yang lainnya yaitu dengan menampilkan halaman muka produk terbaru

dan diunggulkan. Hal ini memungkinkan mampu mengkomunikasikan kepada konsumen adanya produk baru atau produk yang sedang trend. Untuk lebih menarik minat pengunjung situs, maka halaman muka situs ditampilkan special promo untuk pengunjung. Informasi ini bisa berisi pesan-pesan promo untuk pengunjung sehingga paling tidak memungkinkan mampu mendorong pengunjung untuk membuka situs ini.

Pihak yang berkepentingan atas suatu perusahaan sangat perlu untuk mengetahui kondisi keuangan suatu perusahaan tersebut. Laporan keuangan disusun dengan maksud untuk memberikan informasi tentang hasil usaha, posisi finansial dan berbagai faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan posisi finansial kepada pihak yang berkepentingan dengan berkembangnya perubahan usaha seperti para pemilik, direksi atau manajemen dalam perusahaan, para direktur perusahaan. Pada umumnya laporan keuangan terdiri dari neraca, laporan perhitungan laba rugi serta laporan perubahan modal dengan menganalisis terhadap neraca dapat diketahui atau diperoleh gambaran posisi keuangan, sedangkan melalui laporan laba rugi akan diketahui tentang hasil atau perkembangan perusahaan yang bersangkutan.

Analisis terhadap laporan keuangan berguna untuk melihat gambaran kondisi keuangan suatu perusahaan. Analisa laporan keuangan digunakan untuk mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu untuk memprediksikan masa mendatang. Salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan yaitu analisis rasio. Kebangkrutan dapat diperkirakan dengan melihat rasio-rasio keuangan dari laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan-perusahaan.

Seringkali perusahaan yang telah beroperasi dalam jangka waktu tertentu terpaksa membubarkan diri karena mengalami kegagalan usaha (kebangkrutan). Untuk dapat mengidentifikasi tanda-tanda awal kebangkrutan, perusahaan perlu melakukan analisa kondisi keuangan. Semakin awal tanda-tanda tersebut diketahui, semakin baik bagi manajemen untuk bisa untuk bisa mengambil strategi dalam memperbaiki kondisi keuangan dengan segera. Pihak kreditur dan pemegang saham juga perlu mengidentifikasi tanda-tanda awal kebangkrutan supaya dapat segera

mengambil keputusan investasi dan kredit untuk menghadapi kemungkinan terburuk berupa bangkrutnya perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Hanafi (2014:638) perusahaan dapat dikatakan bangkrut apabila perusahaan itu mengalami kesulitan yang ringan seperti masalah likuiditas, dan sampai kesulitan yang lebih serius, yaitu tidak solvabel (utang lebih besar dibandingkan dengan asset). Pada pasal 1 butir 1 pada Undang-Undang No.37 tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan atas Pembayaran Hutang, menyebutkan Kebangkrutan adalah sita umum atas semua kekayaan debitur pailit yang pengurusan dan pemberesannya dilakukan oleh kurator di bawah pengawasan hakim pengawas.

Model Z-Score adalah suatu model prediksi kebangkrutan yang ditemukan oleh Edward I. Altman tahun 1968. Model Z-Score menggunakan metode *Multiple Discriminant Analysis* dengan lima jenis rasio keuangan yaitu *working capital to total asset*, *retained Earnings to total asset*, *Earnings before interest and taxes total asset*, *book value of equity to book value of liabilities*, dan *sales to total asset*. Peneliti memilih untuk menggunakan metode analisis Altman (metode Z-Score), karena metode Z-Score mudah digunakan serta mampu memperoleh tingkat ketepatan prediksi hingga 95% (Tambunan dkk, 2015). Menurut AA Chairunisa (2017), perhitungan tingkat akurasi metode Altman Z-Score memiliki tingkat akurasi sebesar 96%.

Hingga saat ini Model Altman Z-Score merupakan model yang paling banyak digunakan oleh para peneliti, praktisi, maupun para akademisi di bidang akuntansi dalam memprediksi kebangkrutan suatu perusahaan dibandingkan model-model prediksi kebangkrutan lainnya. Dari uraian tersebut penulis akan melakukan penelitian mengenai laporan keuangan dan mencoba memprediksi kebangkrutan perusahaan dalam penulisan skripsi yang berjudul "ANALISIS PENERAPAN MODEL PREDIKSI KEBANGKRUTAN ALTMAN Z-SCORE PADA PERUSAHAAN RITEL DI BURSA EFEK INDONESIA" (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2019).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti oleh penelitian ini adalah bagaimana prediksi kebangkrutan perusahaan-perusahaan ritel yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2019 dengan menggunakan metode Altman Z-Score.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis laporan keuangan perusahaan dan memprediksi kebangkrutan perusahaan ritel yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2019 dengan menggunakan metode Altman Z-Score.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dijalankan penelitian ini diharapkan memperoleh beberapa informasi yang bermanfaat, bagi berbagai pihak yang membutuhkan, antara lain sebagai berikut:

1.4.1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai alat untuk melatih kemampuan di bidang penelitian, serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai financial distress. Peneliti dapat melakukan analisis kriteria perusahaan yang termasuk ke dalam kategori perusahaan sehat, *grey zone*, dan *distress zone*. Selain itu penelitian ini digunakan untuk melengkapi bagian dari persyaratan menjadi sarjana ekonomi program studi Strata-1 Manajemen.

1.4.2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menambah referensi pedoman dan rekomendasi suatu kebijakan dalam pengambilan keputusan sehingga dapat menghindari kebangkrutan dengan cara memperhatikan dampak operasi perusahaan terhadap kinerja keuangan.