

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan didirikan dengan harapan akan menghasilkan profit sehingga mampu untuk bertahan dan berkembang dalam jangka waktu yang sangat panjang (Mandalurang, 2019). Akan tetapi, sebagian besar perusahaan memiliki tujuan utama yaitu memaksimalkan pendapatan laba, sehingga perusahaan mampu untuk bertahan dan berkembang dalam jangka waktu yang panjang. Menurut (Mandalurang, 2019), persaingan bisnis yang semakin tinggi, cepat dan kompetitif diantara berbagai perusahaan baik pada tingkat domestik dan internasional disebabkan oleh globalisasi dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, para manajer dituntut memiliki kemampuan pengelolaan perusahaan yang lebih baik agar perusahaan bisa bergerak cepat dalam rangka mengantisipasi perubahan yang ada.

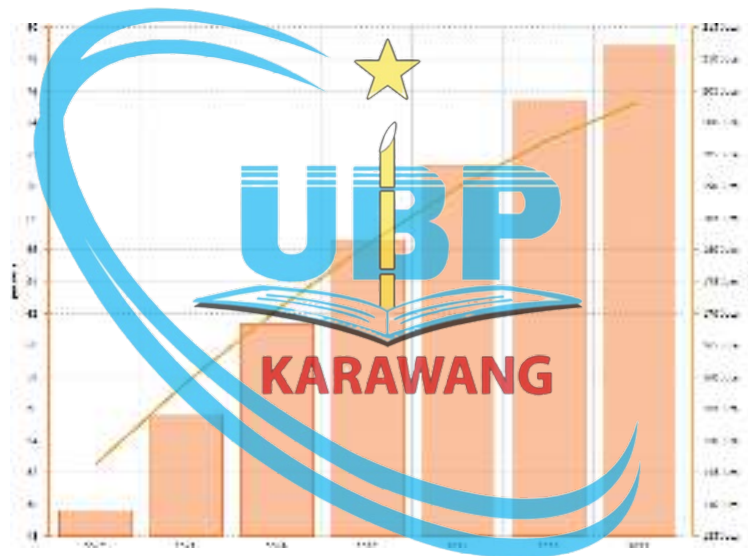
Salah satu sektor bisnis yang dekat dengan masyarakat adalah industri ritel, yaitu aktivitas perdagangan yang dilakukan dengan cara menjual produk-produk kepada konsumen untuk penggunaan pribadi maupun keluarga (Anggareni & Sitorus, 2019). Saat ini perusahaan ritel menjadi incaran masyarakat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan lainnya, karena bagi sebagian masyarakat alasan untuk berbelanja disana adalah sering adanya potongan harga dan diskon. Oleh karena itu perusahaan ritel saat ini menjadi favorit masyarakat.

Seiring dengan berkembangnya zaman di era digital dan teknologi ini menjadi tantangan yang cukup besar bagi perusahaan-perusahaan di dalam dunia bisnis, terutama industri ritel. Dalam artian, persaingan bisnis di Indonesia menjadi semakin ketat dan semakin pesat laju perkembangannya. Menurut (Octavianita & Ihwan Susila, 2018), Meningkatnya pertumbuhan bisnis industri perdagangan yang semakin pesat akan menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan. Dalam persaingan ini perusahaan harus mampu menguasai perubahan kondisi yang terjadi.

Era digital saat ini sangat mempengaruhi industri ritel di Indonesia. Banyaknya bisnis berbasis *online* menyebabkan industri ritel mengalami

pelemahan daya beli serta menjadi faktor utama penurunan pertumbuhan industri ritel. Menurut (Octavianita & Ihwan Susila, 2018), faktor penyebab menurunnya pertumbuhan bisnis ritel yakni, melemahnya daya beli masyarakat lebih memilih mengontrol kebutuhan dan regulasi yang tidak mendukung dalam sisi manufaktur serta berbagai macam produk online yang masuk pada persaingan ketat bisnis ritel.

Databoks ([www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id), 2019) menyebutkan, Statista mencatat jumlah pengguna e-commerce di Indonesia pada 2017 mencapai 139 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154,1 juta pengguna di tahun lalu. Tahun ini diproyeksikan akan mencapai 168,3 juta pengguna dan 212,2 juta pada 2023.



**Gambar 1.1. Pengguna dan Tingkat Penetrasi *E-Commerce* di Indonesia**  
**Sumber: Databoks, 2019**

Perusahaan perlu menerapkan strategi-strategi khusus agar tetap bertahan ditengah persaingan, serta terus berinovasi guna keberlangsungan hidup perusahaan (Hidayati, 2018). Tidak sedikit perusahaan yang mengalami permasalahan dalam bidang keuangan disebabkan kurangnya pemahaman mengenai adanya potensi kebangkrutan pada bisnis ritel (Octavianita & Ihwan Susila, 2018).

Beberapa perusahaan ritel besar di dunia pun mengalami penurunan kinerja keuangan yang kemudian mengalami kebangkrutan. Menurut (Warsanti &

Seni, 2020), Perkembangan ekonomi dunia pada beberapa tahun lalu mengalami kondisi yang buruk akibat melemahnya aktivitas bisnis secara umum, salah satunya *Globalisasi Financial Crisis* tahun 2008.

Dilansir dari (cnnindonesia.com, 2020), sebanyak 30 Perusahaan ritel besar dunia yang memutuskan untuk menutup usahanya diantaranya adalah *Papirus, Bar Louise, Krystal, Impor Dermaga 1, Alat Olah Raga Modell, True Religion, J Crew Group, Neiman Marcus*, dan masih banyak lainnya. Salah satu perusahaan ritel di Amerika Serikat, *Ascena Retail* telah menutup gerainya sebanyak 1.200 di beberapa lokasi.

Fenomena tersebut juga terjadi di Indonesia, ada beberapa perusahaan ritel di Indonesia yang menutup gerainya pada tahun 2020 dengan berbagai macam alasan. Berikut gerai ritel yang harus tutup.

**Tabel 1.1**  
**Perusahaan Ritel Indonesia Yang Tutup Gerai Tahun 2020**

| No | Nama Perusahaan               | Alasan Tutup                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | PT. Matahari Department Store | PT. Matahari Department Store memutuskan untuk menutup 25 gerainya pada tahun 2020. Beberapa gerai yang ditutup, antara lain Lippo PLZ Mal Yogja, Lippo Mal Kuta, Keboen Raya BGR, Lippo PLZ Mal Gresik, Mayofield TC KWG, dan GTC TC Makassar.                                                                                                         |
| 2  | Golden Trully                 | Pusat perbelanjaan <i>Golden Trully</i> resmi menutup operasionalnya pada Desember 2020 lalu. Manajemen mengubah model bisnisnya menjadi serba daring ( <i>online</i> ).                                                                                                                                                                                |
| 3  | Centro Department Store       | Manajemen Centro Department Store dikabarkan menutup dua gerainya baru-baru ini. Pertama, gerai yang berada di Plaza Ambarukmo. Jaringan ritel ini tutup setelah melayani masyarakat Yogyakarta selama 15 tahun sejak Plaza Ambarukmo berdiri. Kedua, Centro Department Bintaro Xchange, Tangerang Selatan, Banten yang dikabarkan akan menyusul tutup. |

Sumber: cnnindonesia.com, 2020

Menurut (Octavianita & Ihwan Susila, 2018), faktor penyebab menurunnya pertumbuhan bisnis ritel yakni, melemahnya daya beli masyarakat lebih memilih mengontrol kebutuhan dan regulasi yang tidak mendukung dalam sisi manufaktur serta berbagai macam produk *online* yang masuk pada persaingan ketat bisnis ritel. Penutupan gerai ini untuk memaksimalkan efisiensi guna menekan beban operasional perusahaan yang semakin besar terdapat beberapa merek toko, seperti PT. Hero Supermarket Tbk, PT. Matahari Putra Prima Tbk, PT. Ramayana Sentosa Lestari Tbk, PT. Matahari Department Store Tbk, dan lainnya. Penurunan penjualan secara terus menerus harus diantisipasi oleh setiap perusahaan jika tidak lanjut dalam permasalahan keuangan maka akan memunculkan suatu kondisi bangkrut.

Perusahaan yang sedang mengalami *financial distress* apabila tidak segera diatasi maka akan mengakibatkan terjadinya kebangkrutan seperti penutupan gerai dan pemutusan hubungan kerja pada perusahaan ritel di Indonesia. Menurut (Ytu, 2017), Perusahaan PT. Modern Internasional didirikan pada tanggal 12 Mei 1971 dengan nama PT. *Modern Photo Film Company*, pada 26 Mei 1997 diubah menjadi PT. *Modern Photo Tbk*, Juni 2007 menjadi PT. *Modern Internasional Tbk*, yang bergerak di bidang perdagangan, perindustrian, percetakan dan jasa. Pada tanggal 30 Juni 2017, perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan penghentian operasional seluruh toko *7-Eleven* yang ada, disebabkan oleh keterbatasan sumber daya yang dimiliki untuk menunjang kelanjutan kegiatan operasional toko *7-Eleven* dan pada tanggal 31 Desember 2017 menutup bisnis divisi medical yang tersisa.

Penjualan bersih untuk periode sembilan bulan pertama tahun 2020 sebesar Rp 67,8 milyar, mengalami penurunan sebesar 41,5 % bila dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2019 sebesar Rp 95,9 milyar. Penjualan ini merupakan penjualan produk imaging Ricoh dari bisnis Entitas Anak yaitu PT Modern Data Solusi (PT. Modern Internasional, 2020).

Data Penjualan PT Modern Internasional dan Entitas Anak untuk periode sembilan bulan tahun 2020 dan 2019, adalah sebagai berikut ( Rp. 000.000.000,- ):

**Tabel 1.2**  
**Data Static PT. Modern Internasional Periode 2020**

| DIVISI                 | PENJUALAN BERSIH |             | PERTUMBUHAN    |
|------------------------|------------------|-------------|----------------|
|                        | 2020             | 2019        | %              |
| Product Imaging -Ricoh | 67,8             | 95,9        | (41,5%)        |
| <b>Grand Total</b>     | <b>67,8</b>      | <b>95,9</b> | <b>(41,5%)</b> |

Sumber: (PT. Modern Internasional, 2020).

Total rugi komprehensif untuk periode sembilan bulan pertama tahun 2020 sebesar Rp 35,1 milyar, kerugian ini mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan total rugi komprehensif periode berjalan untuk periode yang sama pada tahun 2019 yaitu membukukan total rugi komprehensif sebesar Rp 26,5 milyar. Terjadinya total rugi komprehensif selama 9 bulan pertama periode 2020 ini dikontribusikan dari penurunan pendapatan (PT. Modern Internasional, 2020).

Pandemi Covid-19 ini sangat berdampak kepada semua sektor industri, pembatasan aktivitas masyarakat berpengaruh pada aktivitas bisnis dan aktivitas perkantoran yang kemudian berimbas pada penurunan anggaran belanja barang dan jasa IT. Antisipasi pertama yang dilakukan oleh Perseroan dan Entitas Anak adalah dengan melindungi keselamatan karyawan melalui penerapan protokol kesehatan serta memberikan edukasi kepada karyawan untuk mencegah penyebaran Covid-19 di lingkungan, menjaga hubungan dan pelayanan yang baik kepada para customer, pengendalian biaya operasional dan mengeksplor peluang bisnis yang baru.

**Tabel 1.3**  
**Laporan Keuangan PT. Modern Internasional Tbk. Periode 2016-2020.**

| Tahun | Laba/(Rugi) (Rp)  | Penjualan (Rp)  | Total Aset (Rp)   |
|-------|-------------------|-----------------|-------------------|
| 2016  | 634.577.598.740   | 891.421.165.094 | 1.982.423.166.407 |
| 2017  | 1.062.467.271.467 | 224.602.172.163 | 873.577.814.748   |
| 2018  | 38.264.645.422    | 84.328.624.580  | 818,773,308,306   |
| 2019  | 57.245.296.393    | 125,445,880,896 | 615,368,911,206   |
| 2020  | 207.588.882.352   | 87.250.908.902  | 305.880.540.211   |

Sumber: Laporan Keuangan PT. Modern Internasional Tbk.

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas dapat disimpulkan bahwa PT. Modern Internasional Tbk. mengalami penurunan secara signifikan pada tahun periode

2016-2018 namun, pada tahun 2019 penjualan PT. Modern Internasional sempat mengalami peningkatan tetapi hanya bertahan pada tahun tersebut. Kemudian penurunan kembali dirasakan PT. Modern Internasional pada tahun periode 2020.

Untuk mengantisipasi terjadinya kebangkrutan maka perusahaan harus mempunyai persiapan dini untuk mencegah agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan. Perusahaan diharapkan dapat menilai kondisi perusahaan yang sedang berjalan agar memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi perusahaan sekarang ini, sehingga dapat mengetahui tindakan apa yang tepat untuk mempertahankan dan memperbaiki kekurangan perusahaan agar dapat bertahan dan bersaing (Kadim & Sunardi, 2018).

Informasi kesehatan dan prediksi kebangkrutan sangat penting, oleh karena itu penelitian ini perlu dilakukan. Penelitian ini mencoba menguji teori yang dihasilkan oleh Altman (1968) dan Springate (1978). Altman menggunakan lima rasio dan Springate (1978) dengan menggunakan empat rasio. Penelitian ini menggunakan model Altman Z-Score untuk melihat potensi kebangkrutan yang mungkin ada pada industri properti dengan keakuratan sebesar 95%. Sedangkan model Springate digunakan dalam 91 membedakan antara sound business yang bangkrut dan tidak bangkrut (Adnan & Arisudhana, 2019).

Formula Z-Score digunakan untuk memprediksi kebangkrutan dari Altman dan Springate merupakan sebuah multivariate formula yang digunakan untuk mengukur kesehatan finansial dari perusahaan. Altman menemukan lima jenis rasio keuangan dan Springate empat jenis rasio yang dapat dikombinasikan untuk melihat perbedaan antara perusahaan yang bangkrut dan yang tidak bangkrut (Adnan & Arisudhana, 2019)

Adanya temuan hasil akurasi yang berbeda-beda pada setiap penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan berbagai model prediksi dan bidang perusahaan, peneliti hanya membatasi menggunakan dua model dari penelitian yang sering digunakan peneliti terdahulu dan menjadi prediktor terbaik dalam model kebangkrutan yaitu Altman Z-Score dan Springate. Melalui penelitian ini akan terlihat pula perbandingan hasil prediksi antara kedua metode tersebut.

Beberapa *Research Gap* penelitian terdahulu mengenai pengaruh rasio-

rasio prediksi kebangkrutan terhadap Metode Altman Z-Score dan Metode Springate, diantaranya yaitu:

**Tabel 1.4**  
**Research Gap Penelitian Terdahulu**

| No. | Variabel Dependen                 | Variabel Independen   | Hasil Penelitian                  | Peneliti                                                                          |
|-----|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Rasio-rasio prediksi kebangkrutan | Metode Altman Z-Score | Tidak signifikan (kurang akurat). | (Effendi, 2018), (Mandalurang, 2019), dan (Anggareni & Sitorus, 2019).            |
|     |                                   | Metode Springate      | Signifikan (akurat).              |                                                                                   |
| 2.  | Rasio-rasio prediksi kebangkrutan | Metode Altman Z-Score | Signifikan (akurat).              | (Nilasari & Haryanto, 2018), (Alif Fikri Alim, 2017), dan (Raharja et al., 2017). |
|     |                                   | Metode Springate      | Tidak signifikan (kurang akurat). |                                                                                   |

Sumber: Diolah penulis, 2022.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Prediksi Kebangkrutan Dengan Menggunakan Metode Altman Z-Score Dan Springate (Studi pada PT. Modern Internasional Tbk Periode 2016-2020)**”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disajikan pada latar belakang diatas, maka dapat disusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengguna dan tingkat penetrasi *E-Commerce* mengalami peningkatan sejak tahun 2017.
2. Beberapa perusahaan ritel besar di dunia mengalami penurunan kinerja keuangan hingga mengalami kebangkrutan.
3. Persaingan ketat antar perusahaan membuat perusahaan harus terus berusaha agar tetap bisa bersaing dan bertahan.
4. Penghentian operasional seluruh toko 7-Eleven pada 30 Juni 2017.
5. PSBB menyebabkan perubahan dalam perilaku belanja pelanggan dan pola permintaan barang serta juga berdampak pada penurunan jumlah kunjungan pelanggan ke toko-toko.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis menentukan batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bidang penelitian ini lebih menekankan pada bidang ilmu manajemen khususnya manajemen keuangan
2. Tema penelitian ini adalah Analisis Prediksi Kebangkrutan Dengan Menggunakan Metode Altman Z-Score Dan Springate (Studi Kasus Pada PT. Modern Internasional Tbk Periode 2016-2020).
3. Metode penelitian ini menggunakan metode *Altman Z-Score* dan *Springate*
4. Alat analisis yang digunakan adalah Microsoft Excell.
5. Tempat penelitian di PT. Modern Internasional Tbk.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah serta pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana analisis prediksi kebangkrutan menggunakan *Altman Z-Score* pada PT. Modern Internasional Tbk periode 2016-2020?
2. Bagaimana analisis prediksi kebangkrutan menggunakan *Springate* pada PT. Modern Internasional Tbk periode 2016-2020?
3. Bagaimana perbandingan prediksi kebangkrutan menggunakan *Altman Z-Score* dan *Springate* pada PT. Modern Internasional Tbk periode 2016 - 2020?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana analisis prediksi kebangkrutan menggunakan *Altman Z-Score* pada PT. Modern Internasional Tbk periode 2016-2020.
2. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana analisis prediksi kebangkrutan menggunakan *Springate* pada PT. Modern Internasional Tbk periode 2016-2020.

3. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana perbandingan prediksi kebangkrutan menggunakan Altman Z-Score dan *Springate* pada PT. Modern Internasional Tbk periode 2016 - 2020.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan sumber informasi, secara umum terdapat dua hal utama manfaat penelitian secara Teoritis dan Praktis.

### 1.6.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menambah wawasan dan pengetahuan yang luas, serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapatkan di perkuliahan.
2. Dapat mengembangkan ilmu manajemen keuangan, khususnya dalam menganalisis kinerja keuangan perusahaan dengan model prediksi kebangkrutan Altman Z-Score dan *Springate*.
3. Dapat menjadi tambahan referensi, bahan diskusi dan bahan kajian lanjutan bagi pembaca tentang masalah yang berkaitan dengan prediksi kebangkrutan.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini diharapkan bagi perusahaan dapat menjadi wacana referensi bagi penentuan kebijakan – kebijakan perusahaan.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dijadikan sebagai penambah wawasan tentang analisis prediksi kebangkrutan perusahaan.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang mempunyai kepentingan seperti pihak manajemen dan investor, dan dapat menjadi bahan pertimbangan pemecahan masalah bagi perusahaan.