

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Saat ini perkembangan perekonomian semakin pesat, didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan arus informasi yang cepat membuat persaingan antar perusahaan di lingkungan bisnis semakin ketat. Salah satu lingkungan bisnis yang sedang berkembang dengan pesat akibat adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan arus informasi yang cepat adalah industri otomotif. Industri otomotif nasional terus mengalami pertumbuhan signifikan. Sejak tahun 2006 hingga 2013 terus tumbuh, rata – rata sebesar 23,4 persen. Berdasarkan catatan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), penjualan kendaraan di Indonesia selama 2006 hingga 2014 terjadi tren meningkat (Sumber : viva news). Dengan kondisi seperti ini tentu akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat antar perusahaan. Para perusahaan tentunya memiliki strateginya masing - masing dalam menghadapi persaingan. Perusahaan akan terus menciptakan produk yang mampu menguasai pasar dan bersaing dengan produk – produk kompetitor agar mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Untuk menjaga kelangsungan hidupnya perusahaan tersebut menciptakan produk – produk yang bagus dan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Selain menciptakan produk yang bagus, perusahaan biasanya menerapkan strategi

– strategi tertentu agar mampu menarik minat konsumen dalam membeli atau menggunakan produk mereka. Seperti: memberikan pelayanan yang baik, bonus hadiah, kredit murah dan membuat komunitas untuk mengakrabkan para pengguna produk mereka. Hal tersebut semakin membuat persaingan antar perusahaan tersebut semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat menciptakan biaya yang tinggi bagi perusahaan, untuk itu manajemen perusahaan harus bisa membuat kinerja perusahaannya dengan baik agar mampu bersaing dalam persaingan tersebut dan tidak menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Karena kemampuan suatu perusahaan untuk dapat bersaing ditentukan oleh kinerja perusahaan itu sendiri.

Kebangkrutan suatu perusahaan dapat dilihat dan diukur dari laporan keuangannya. Untuk mengantisipasi kebangkrutan perusahaan yang mungkin terjadi, perusahaan harus mampu mendeteksinya sejak dini. Analisis kebangkrutan perusahaan dilakukan untuk memperoleh peringatan awal kebangkrutan, semakin awal tanda – tanda kebangkrutan dianalisis maka akan semakin baik bagi pihak manajemen untuk melakukan perbaikan – perbaikan (Hanafi dan Halim, 2012 :260).

Analisis laporan keuangan merupakan suatu alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan posisi keuangan perusahaan serta hasil – hasil yang telah dicapai sehubungan dengan pemilihan strategi perusahaan yang akan diterapkan selain itu juga sebagai bahan evaluasi terhadap kinerja perusahaan. Evaluasi kinerja suatu perusahaan sangat penting dilakukan dan dapat digunakan untuk memprediksi potensi kebangkrutan perusahaan. Dalam hal ini

ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan. Beberapa metode analisis kebangkrutan yang sering digunakan adalah analisis Altman Z-Score (1968), Springate Score (1978) dan Zmijewski Score (1983). Analisis kebangkrutan tersebut dikenal karena selain caranya mudah, keakuratan dalam menentukan prediksi kebangkrutannya pun cukup akurat. Analisis kebangkrutan tersebut dilakukan untuk memprediksi suatu perusahaan sebagai penelitian dan pertimbangan akan suatu kondisi perusahaan di masa yang akan datang.

Dari semua analisis kebangkrutan yang ada, perusahaan biasanya menggunakan Analisis Z-Score. Analisis Z-Score merupakan sebuah alat prediksi kebangkrutan yang dibuat oleh Dr. Edward I. Altman pada tahun 1968. Metode ini menggunakan rasio-rasio tertentu dalam rangka memprediksi resiko kebangkrutan sebuah perusahaan. Altman berusaha mengkombinasikan beberapa rasio keuangan menjadi suatu model prediksi dengan teknik statistik, yaitu analisis diskriminan yang dapat digunakan untuk memprediksi kebangkrutan perusahaan dari penelitiannya tersebut, Altman menggunakan lima rasio keuangan yang diperuntukkan bagi perusahaan *go public* yaitu Modal Kerja terhadap Total Aktiva, Laba Ditahan terhadap Total Aktiva, EBIT terhadap Total Aktiva, Nilai Pasar Ekuitas terhadap Total Hutang, dan Penjualan terhadap Total Aktiva. Dari hasil perhitungan akan diperoleh nilai Z (*Z-Score*) yang dapat menggambarkan posisi keuangan perusahaan sedang dalam kondisi sehat, rawan atau dalam kondisi bangkrut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengetahui apakah kondisi keuangan perusahaan otomotif berbanding lurus dengan apa yang terjadi pasar industri otomotif Indonesia. Untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul:

“ANALISIS DISKRIMINAN DALAM MEMPREDIKSI POTENSI KEBANGKRUTAN PERUSAHAAN OTOMOTIF YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 2013-2016”.

B. Perumusan Masalah

Perumusan dalam penelitian ini adalah bagaimana prediksi kebangkrutan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan metode Altman Z-Score periode tahun 2013 – 2016.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memprediksi kebangkrutan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan Altman Z-Score periode 2013 – 2016.

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi masukan untuk perusahaan dalam mengambil keputusan dimasa yang akan datang.

b. Bagi Pekerja

Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan kinerja keuangan perusahaan otomotif dimasa yang akan datang.

c. Bagi Publik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber tambahan, masukan dan bahan pembanding sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

d. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan guna mencapai gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia.

