

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis yang semakin pesat, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi dalam dunia usaha. Dalam era persaingan global yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Tanpa inovasi, produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar. Perusahaan perlu memperhatikan beberapa hal dalam menghadapi persaingan agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya (*going concern*).

(Ikatan Akuntan Indonesia, 2007:5) mengatakan bahwa *going concern* adalah kelangsungan hidup suatu badan usaha dan merupakan asumsi dalam pelaporan keuangan suatu entitas. Asumsi ini mengharuskan perusahaan secara operasional memiliki kemampuan mempertahankan kelangsungan hidupnya (*going concern*) dan akan melanjutkan usahanya di masa depan. Perusahaan diasumsikan tidak bermaksud atau berkeinginan melikuidasi atau mengurangi secara material skala usahanya. Selain hal di atas perusahaan juga harus memperhatikan kondisi keuangan perusahaan.

Kondisi keuangan merupakan kelangsungan hidup usaha bagi suatu perusahaan. Kelangsungan hidup suatu usaha dapat tercapai, bila pengelolaan perusahaan dijalankan dengan semaksimal mungkin sehingga sumber daya yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Tingkat kesehatan perusahaan sangat penting bagi investor guna mengetahui kondisi sebenarnya suatu perusahaan, agar modal yang diinvestasikan cukup aman dan mendapatkan tingkat hasil pengembalian yang menguntungkan dari investasi yang ditanamkan.

Dampak krisis ekonomi global tahun 2008 secara tidak langsung mempengaruhi perekonomian Indonesia. Selain menyebabkan volume perdagangan global pada tahun 2009 merosot tajam, banyak perusahaan dalam negeri yang ditutup karena tidak mampu mempertahankan kelangsungan

hidupnya, terjadinya penurunan kapasitas produksi, dan terjadinya lonjakan jumlah pengangguran. Ketidakmampuan atau kegagalan perusahaan tersebut dapat disebabkan oleh dua hal yaitu kegagalan ekonomi dan kegagalan keuangan. Kegagalan ekonomi berkaitan dengan ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Tetapi beberapa perusahaan dapat terus bertahan bahkan mengalami peningkatan salah satunya perusahaan periklanan (*advertising*), selama beberapa tahun terakhir belanja iklan terus mengalami kenaikan. Bahkan Realisasi belanja tahun 2012 mencapai sekitar Rp 70 triliun. Yakni 67% belanja iklan di perusahaan media televisi, 30% perusahaan percetakan, dan sisanya masuk dalam kategori lain-lain. Sejak tahun 2009, trend belanja iklan digital naik 100% (www.lensaindonesia.com 29 september 2012).

Seiring perkembangan zaman, banyak perusahaan di Indonesia yang berafiliasi dengan perusahaan asing termasuk perusahaan periklanan (*advertising*). Hal ini menyebabkan adanya faktor kebijakan global yang mempengaruhi perusahaan periklanan di Indonesia. Dikarenakan ketergantungan terhadap modal asing, maka biro-biro iklan di Indonesia terpaksa harus tunduk terhadap berbagai pengaruh kebijakan global. Kebijakan global hanya menayangkan konsep iklan global untuk semua merek produk globalnya di seluruh dunia. Itu berarti, tidak ada konsep iklan baru yang dibuat di Indonesia. Tugas *agency* hanya mengadaptasi konsep iklan global tersebut ke bahasa setempat. Modernisasi dan ketergantungan berlaku pula di industri periklanan Indonesia. Semenjak krisis ekonomi, banyak biro iklan lokal yang rontok. Di lain pihak, biro iklan multinasional menjamur. Industri periklanan nasional akhirnya harus bergantung pada modal asing untuk dapat tetap bertahan dan berkembang. Dampak dari kebijakan global dan ketergantungan pada modal asing sangat berpengaruh pada industri periklanan nasional bahkan akhirnya TPI (PT Cipta Kekar Televisi Pendidikan Indonesia) dinyatakan bangkrut pada 14 Oktober 2009 hal ini disebabkan dari gugatan Crown yang mengklaim memegang obligasi TPI senilai US\$53 juta yang hingga tanggal jatuh tempo TPI tak kunjung melunasi utang tersebut (www.kapanlagi.com 26 oktober 2009). Selain itu PT Indosiar Karya Media yang harus melakukan merger dengan PT Surya Citra Media karena

mengalami penurunan laba bahkan mengalami kerugian sebesar Rp 9,25 miliar pada tahun 2009.

Sehubungan hal di atas, kebijakan global dan ketergantungan pada modal asing akan mempengaruhi laba yang akan diperoleh oleh perusahaan periklanan (*advertising*). Saat ini perusahaan *advertising* yang telah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia diantaranya PT Indosiar Karya Media Tbk, PT Fortune Indonesia Tbk dan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk. Perusahaan-perusahaan tersebut merupakan perusahaan *advertising* terbesar di Indonesia dan memiliki pangsa pasar yang luas. Semakin luasnya pangsa pasar dan pengaruh kebijakan global, maka persaingan perusahaan periklanan dalam memperkenalkan produk suatu perusahaan melalui media iklan semakin tinggi. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Hal ini akan mempengaruhi resiko keuangan perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Dengan adanya pengaruh global menciptakan persaingan yang sangat kuat, dimana setiap perusahaan diharuskan untuk berusaha dan dapat menguasai pasar yang seluas-luasnya agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Dalam persaingan global menyebabkan peluang resiko kebangkrutan akan bertambah. Resiko kebangkrutan dapat dilihat dan diukur melalui laporan keuangan, dengan cara melakukan analisis terhadap laporan keuangan yang dibuat oleh perusahaan yang bersangkutan. Laba yang diperoleh perusahaan umumnya digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan investasi dan prediksi untuk perubahan laba yang akan datang. Perubahan laba akan berpengaruh terhadap keputusan investasi para investor yang akan menanamkan modalnya kedalam perusahaan. Laba mencerminkan kinerja perusahaan dan kondisi kesehatan keuangan perusahaan. Kesehatan suatu perusahaan akan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan usahanya, distribusi aktivitya, keefektifan penggunaan aktivitya, hasil usaha atau pendapatan yang telah dicapai, beban-beban tetap yang harus dibayar, serta potensi kebangkrutan yang akan dialami (Brahmana, 2008:3). Informasi mengenai laba yang mencerminkan

kinerja perusahaan ini tidak hanya diketahui oleh manajemen perusahaan tetapi para investor dan pihak-pihak yang berkepentingan seperti kreditor.

Sehubungan hal diatas, peneliti menganalisis laba bersih perusahaan advertising, printing, media sebagai berikut:

Tabel 1.1 Laba Bersih Perusahaan Advertising Di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2012 (Dalam Jutaan Rupiah)

Nama Perusahaan	2009	2010	2011	2012
PT Indosiar Karya Media Tbk	8.513.147.708	8.295.292.590	(96.858.105.933)	257.087.719.270
PT Fortune Indonesia Tbk	6.579.909.457	9.648.825.265	12.953.959.994	12.658.611.833
PT Elang Mahkota Teknologi Tbk	161.760.045	429.187.536	738.037.568	1.209.499.905

Sumber : www.idx.co.id, 2014

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa laba bersih untuk PT Indosiar Karya Media Tbk mengalami penurunan pada tahun 2010 dan menanggung kerugian pada tahun 2011. Tahun 2012 laba bersih PT Indosiar Karya Media Tbk mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang merupakan laba bersih tertinggi dalam 4 tahun terakhir. Untuk PT Fortune Indonesia Tbk, perolehan laba bersih dari tahun 2009 ke tahun 2011 mengalami kenaikan akan tetapi pada tahun 2012 PT Fortune Indonesia Tbk mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Sedangkan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk dari tahun 2009 sampai tahun 2012 relatif mengalami kenaikan laba bersih. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan advertising yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami fluktuatif laba bersih sehingga kemungkinan terhindarnya dari risiko kebangkrutan atau tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha akan tidak pasti.

Indikator lain yang berhubungan dengan laba atau *profit* salah satunya rasio profitabilitas di dalam hal ini *Net Profit Margin Ratio* (rasio margin laba bersih) dapat mencerminkan keadaan laba bersih perusahaan atas pendapatan dari *sales* (penjualan) dan pada besarnya biaya usaha (*operating expenses*) dalam tingkat tertentu. Dengan jumlah *operating expenses* tertentu.

Sehubungan dengan hal diatas peneliti menganalisis *Net Profit Margin Ratio* pada perusahaan advertising yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1.2 Rasio Margin Laba Bersih Perusahaan Advertising Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012

Nama Perusahaan	2009	2010	2011	2012
PT Indosiar Karya Media Tbk	1 %	1,11%	-11,31%	24,78%
PT Fortune Indonesia Tbk	1,61%	1,97%	2,56%	0,86%
PT Elang Mahkota Teknologi Tbk	5,72%	12,80%	17,84%	92%

Sumber : www.idx.co.id, 2014

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa rasio laba bersih untuk PT Indosiar Karya Media Tbk pada periode 2009-2010 bergerak naik ke 1,11% dari 1% dan mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2011 bergerak turun kearah -11,31%. Untuk PT Fortune Indonesia Tbk rasio laba bersih perusahaan sejak tahun 2009-2011 mengalami kenaikan tetapi pada tahun 2012 rasio laba mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu 0,86%. Pada PT Elang Mahkota Teknologi Tbk rasio laba bersih relatif mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Kesimpulan dari tabel diatas bahwa perusahaan advertising yang terdaftar di BEI mengalami fluktuatif rasio margin laba bersih pada periode 2009-2012. Sehingga kemungkinan atas terhindarnya dari risiko kebangkrutan atau tidak dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha tidak pasti atau belum sepenuhnya terjamin.

Berdasarkan uraian diatas, maka perlunya suatu analisis laporan keuangan. Analisis laporan keuangan berarti menguraikan akun-akun laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan atau yang mempunyai makna antara yang satu dengan yang lain baik antara data kuantitatif maupun data non-kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam yang sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat (Harahap, 2009:190). Hal tersebut sangat umum dilakukan oleh perusahaan dengan menganalisis rasio-rasio keuangan agar dapat mengevaluasi keadaan finansial perusahaan dimasa lalu, sekarang, dan masa yang akan datang. Secara empiris prediksi kebangkrutan dapat dibuktikan,

sebagaimana yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan menggunakan rasio-rasio keuangan yang menunjukkan kinerja suatu perusahaan beroperasi baik didalam segi perputaran aset maupun laba.

Manajemen berperan dalam mengambil keputusan terhadap hasil laporan keuangan. Apabila kinerja keuangan perusahaan dalam keadaan menurun bahkan kesulitan keuangan maka manajer perlu mengambil keputusan dengan cepat untuk menghindari kebangkrutan. Untuk melihat keadaan perusahaan yang sedang memperhatikan atau melihat tingkat resiko kebangkrutan. Salah satu cara untuk melihat kinerja keuangan perusahaan yaitu dengan menggunakan rasio keuangan.

Oleh karena itu pentingnya suatu analisis laporan keuangan dan analisis kinerja keuangan untuk memprediksi kebangkrutan. Beberapa penelitian telah mengembangkan model prediksi kebangkrutan salah satunya metode Altman Z-Score. Metode ini memiliki kelebihan diantara metode prediksi kebangkrutan lainnya. Dalam Endri (2008), penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan baik di dalam negeri maupun luar negeri yang berkaitan dengan analisis kebangkrutan dengan metode Z-score adalah Edward L. Altman. Pada tahun 1968 beliau memprediksi kebangkrutan dengan menggunakan metode (*Z-Score*) dan mampu memprediksi hingga keakuratannya mencapai 95% pada perusahaan selama 12 bulan. Metode ini telah mengkombinasikan berbagai macam rasio yang diperlukan untuk menilai likuidasi, profitabilitas, solvabilitas, dan aktivitas. Selain itu rasio-rasio yang digunakan Z-Score mencakup penilai internal dan eksternal perusahaan, dalam hal ini rasio nilai pasar terhadap total hutang. Peneliti menggunakan metode Altman karena kelebihan metode tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan serta dapat memberikan bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen perusahaan mengenai kemungkinan terjadinya kebangkrutan agar dapat mengambil langkah dalam pengambilan keputusan guna melakukan persiapan dan perbaikan kinerja melalui strategi yang cepat dan tepat demi peningkatan nilai perusahaan dimasa depan. Berdasarkan pemikiran-pemikiran tersebut maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Prediksi Kebangkrutan Pada Perusahaan Advertising, Printing, Media Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan permasalahan, yaitu **Bagaimana kondisi keuangan perusahaan Advertising, Printing, Media di BEI periode 2009-2012 dengan analisis menggunakan metode Altman Z-Score.**

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan agar dalam penelitian laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, yaitu bagaimana kondisi keuangan pada perusahaan *advertising, printing, media* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2012 berdasarkan analisis kebangkrutan metode *Altman Z-Score* sehingga pembahasan dan evaluasi tidak menyimpang dan terarah.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian laporan akhir ini adalah untuk mengetahui kondisi keuangan pada perusahaan *advertising, printing, media* di BEI berdasarkan analisis kebangkrutan metode *Altman Z-Score*.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman khususnya di bidang analisis laporan keuangan bagi peneliti dalam penyusunan laporan akhir.
2. Sebagai bahan referensi yang bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi mahasiswa Jurusan Akuntansi dan sebagai acuan atau perbandingan bagi penelitian selanjutnya agar dapat terus dikembangkan.
3. Hasil penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan khususnya bagi para manajer untuk mengevaluasi kinerja perusahaan sehingga dapat mengambil langkah yang tepat dan berguna bagi kelangsungan hidup perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistem penelitian ini bertujuan untuk memberikan garis besar mengenai isi Laporan Akhir secara ringkas dan jelas. Sehingga terdapat gambaran hubungan antara masing-masing bab dimana bab tersebut dibagi menjadi beberapa sub-sub secara keseluruhan. Adapun sistematika penelitian terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini mengemukakan tentang apa yang melatarbelakangi peneliti dalam memilih judul, kemudian merumuskan masalah yang dihadapi perusahaan tempat peneliti melakukan penelitian. Dalam bab ini terdapat Latar Belakang, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Pembahasan, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini, peneliti mengemukakan landasan teori menurut pendapat para ahli. Dalam bab ini diuraikan mengenai penelitian terdahulu mengenai masalah yang terkait, pengertian laporan keuangan, tujuan laporan keuangan, jenis laporan keuangan, pengertian analisis laporan keuangan, metode analisis laporan keuangan, teknik analisis laporan keuangan, tujuan analisis laporan keuangan, pengertian rasio keuangan, jenis rasio keuangan, pengertian dan penyebab kebangkrutan dan analisis Altman z-score.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini peneliti akan menguraikan keadaan umum perusahaan, data yang mencakup jenis penelitian, populasi dan sampel perusahaan yang diteliti, metodologi pengumpulan data jenis sumber data, model dan teknik analisis data, identifikasi dan operasionalisasi variabel, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini, berdasarkan teori pada bab II akan dilakukan pengolahan data-data yang ada melalui rasio-rasio keuangan, setelah itu akan dilanjutkan dengan analisa dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya sehingga diharapkan analisa yang dihasilkan dapat membantu tercapainya tujuan penelitian laporan akhir ini.

Bab V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini merupakan bab terakhir dimana peneliti memberikan suatu kesimpulan dari isi pembahasan yang telah peneliti uraikan pada bab-bab sebelumnya. Pada bab ini juga peneliti memberikan saran-saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.