

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peningkatan laju pertumbuhan ekonomi Indonesia menekankan perlunya perusahaan untuk tetap kompetitif dalam ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitasnya agar mampu bertahan di tengah persaingan antara industri sejenis maupun industri lain. Tujuan perusahaan ialah mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk memastikan kelangsungan hidupnya agar perusahaan mampu bertahan secara berkelanjutan (Siregar, 2022). Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk dapat bertahan dalam segala bentuk kondisi dan persaingan bisnis yang terjadi agar dapat mencapai tujuan tersebut.

Menurut Rudianto (2013), manajemen perusahaan harus mampu merencanakan setiap pengambilan keputusan dan kebijakan perusahaan yang paling efektif sehingga laju persaingan yang semakin kompetitif dalam dunia bisnis dapat diatasi oleh perusahaan. Manajemen perusahaan harus mempersiapkan diri dalam menghadapi beragam risiko yang dapat terjadi di masa mendatang, termasuk situasi *financial distress* yang dapat menimpa perusahaan.

Kesalahan yang dapat menyebabkan kesulitan keuangan dalam pengelolaan finansial, yaitu besarnya utang yang mengakibatkan beban perusahaan semakin besar, aset lancar lebih rendah dari utang jangka pendek, piutang tidak tertagih yang tinggi, adanya kebijakan dividen yang tidak tepat, dan kurangnya dana penyusutan. Selain itu, kondisi ekonomi makro secara

keseluruhan, persaingan yang semakin ketat, kurangnya penjualan atau permintaan terhadap produk, inflasi harga, dan lain sebagainya juga dapat menjadi pemicu terjadinya *financial distress* (Rudianto, 2013).

Industri kosmetik merupakan industri yang sedang tren karena telah dijadikan kebutuhan pokok bagi para wanita. Industri ini memiliki posisi penting sebagai bagian dari tiga sektor utama yang ditekankan dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) dari periode 2015 hingga 2035. Data Statistika menunjukkan industri di bidang kosmetik di Indonesia diprediksi akan menghadapi peningkatan laju pertumbuhan sebesar 5,91% setiap tahunnya. Menurut laporan BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan), terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah pelaku usaha sebesar 20,6% pada tahun 2022 (<http://ikft.kemiperin.go.id/>).

Selain itu, menurut Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPA Kosmetika Indonesia), terjadi peningkatan jumlah pelaku usaha kosmetik di Indonesia sebesar 21,9% mencapai 1.010 pelaku usaha pada pertengahan tahun 2023. Peningkatan ini cukup signifikan dibandingkan tahun 2022 yang hanya terdapat 913 pelaku usaha (<https://economy.okezone.com>, 2023).

Berdasarkan situs resmi Bursa Efek Indonesia, terdapat beberapa perusahaan manufaktur dalam sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang tercatat di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) karena termasuk dalam Daftar Efek Syariah (DES). Daftar perusahaan manufaktur dalam sub sektor

kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di ISSI tahun 2023 disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Kebutuhan Rumah Tangga yang Terdaftar di ISSI

No.	Kode	Nama Emiten
1.	ADES	PT Akasha Wira Internasional Tbk
2.	MBTO	PT Martina Berto Tbk
3.	MRAT	PT Mustika Ratu Tbk
4.	UNVR	PT Unilever Indonesia Tbk
5.	TCID	PT Mandom Indonesia Tbk

Sumber: www.idx.co.id

Semakin banyaknya pelaku usaha di industri kosmetik dan kebutuhan rumah tangga menyebabkan meningkatnya persaingan yang terjadi. Kemampuan sebuah perusahaan untuk mempertahankan diri dalam persaingan yang semakin kompetitif dapat tercermin dari laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Laporan keuangan memegang peranan yang krusial dalam mengevaluasi kestabilan finansial perusahaan dengan menganalisisnya secara menyeluruh. Proses analisis tersebut dilakukan guna menghasilkan informasi mengenai situasi finansial, termasuk potensi *financial distress* dan risiko terjadinya kebangkrutan (Putra *et al.*, 2021).

Laba bersih adalah salah satu aspek kunci dalam laporan keuangan. Apabila beban yang telah digunakan dapat ditutupi oleh besarnya pendapatan yang dihasilkan, maka laba dapat diperoleh perusahaan. Namun, apabila beban yang dikeluarkan melebihi pendapatan yang dihasilkan, maka perusahaan menghadapi kerugian (Shatu, 2016).

Beberapa pihak akan mempertimbangkan perusahaan yang memperoleh laba bersih yang mencapai angka negatif. Angka negatif dalam laba bersih merujuk pada kerugian yang terjadi akibat laba tidak mampu dihasilkan oleh perusahaan. Kerugian yang terjadi secara berkelanjutan selama dua periode mencerminkan terdapat indikasi situasi *financial distress* pada perusahaan (Fatmawati & Wahidahwati, 2017).

Berikut adalah tabel yang memaparkan laba bersih perusahaan manufaktur dalam sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama tahun 2013-2022, dengan mengacu pada laporan keuangan yang dipublikasikan secara daring oleh masing-masing perusahaan:

Tabel 1.2
Pertumbuhan Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Kebutuhan Rumah Tangga yang Terdaftar di ISSI Periode 2013-2022 (dalam Jutaan Rupiah)

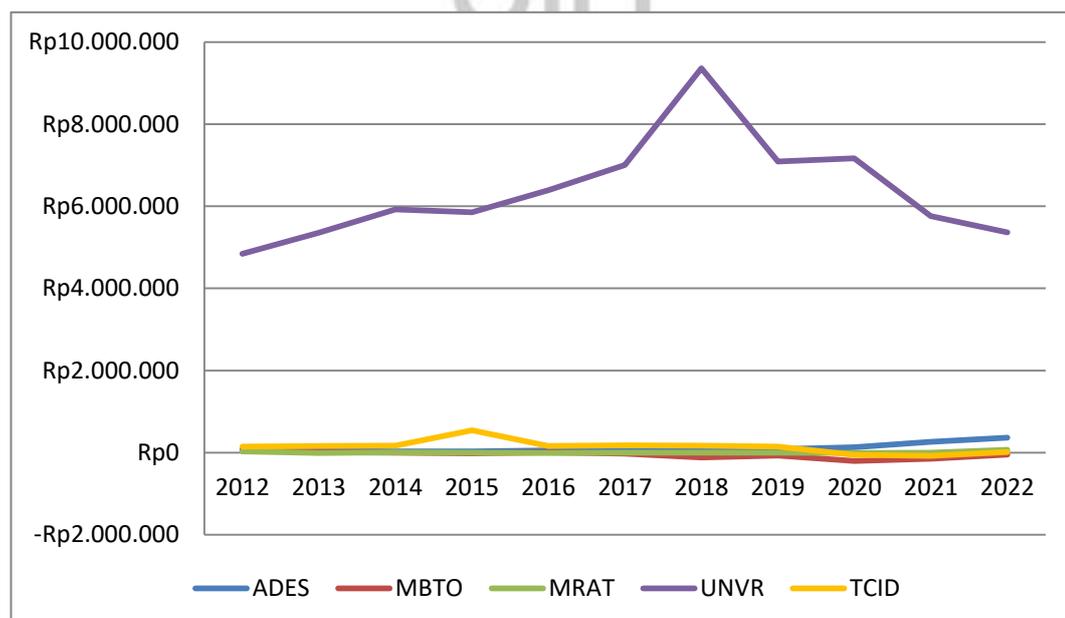
Tahun	ADES		MBTO		MRAT		UNVR		TCID	
2012	-	83.376	-	45.523	-	30.751	-	4.839.145	-	150.374
2013	↓	55.656	↓	16.163	↓	-6.700	↑	5.352.625	↑	160.148
2014	↓	31.072	↓	2.925	↑	7.055	↑	5.926.720	↑	174.314
2015	↑	32.839	↓	-14.057	↓	1.046	↓	5.851.805	↑	544.474
2016	↑	55.951	↑	8.814	↓	-5.549	↑	6.390.672	↓	162.060
2017	↓	38.242	↓	-24.691	↑	-1.283	↑	7.004.562	↑	179.126
2018	↑	52.958	↓	-114.131	↓	-2.256	↑	9.357.937	↓	173.049
2019	↑	83.855	↑	-66.946	↑	132	↓	7.090.157	↓	145.149
2020	↑	135.789	↓	-203.215	↓	-6.767	↑	7.163.536	↓	-54.777
2021	↑	265.758	↑	-149.736	↑	358	↓	5.758.148	↓	-76.508
2022	↑	364.972	↑	-42.427	↑	67.812	↓	5.364.761	↑	18.109

Sumber: www.idx.co.id

Mengacu pada tabel yang disajikan di atas, laba bersih yang dihasilkan perusahaan dalam sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di ISSI mengalami fluktuasi selama tahun 2013-2022. Bahkan, terdapat beberapa perusahaan yang cenderung mengalami tren menurun dan memperoleh angka negatif. Angka negatif dalam laba bersih mengindikasikan bahwa laba bersih tidak dapat dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini merupakan tantangan bagi pihak manajemen perusahaan untuk menangani masalah tersebut.

Untuk lebih jelasnya, pertumbuhan laba bersih pada perusahaan manufaktur dalam sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama rentang waktu 2013-2022 dapat diketahui melalui grafik berikut:

Grafik 1.1
Pertumbuhan Laba Bersih pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Kebutuhan Rumah Tangga yang Terdaftar di ISSI Periode 2013-2022 (dalam Jutaan Rupiah)



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan grafik di atas, terlihat fluktuasi naik turun laba bersih perusahaan manufaktur dalam sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama rentang waktu 2013-2022. Bahkan, terdapat beberapa perusahaan yang cenderung mengalami tren menurun dan memperoleh laba bersih bernilai negatif. PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) memperoleh laba bersih paling tinggi, sementara PT Martina Berto Tbk (MBTO) memiliki laba bersih paling rendah. Laba bersih yang rendah mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba belum optimal. Bahkan, perusahaan memperoleh laba bersih negatif. Hal ini mencerminkan bahwa terjadi kerugian secara finansial pada perusahaan. Kerugian berkelanjutan dapat menimbulkan krisis keuangan yang serius bagi perusahaan. Oleh karena itu, perlu dilakukan prediksi situasi *financial distress* sebagai peringatan awal bagi perusahaan agar kebangkrutan dapat dihindari.

Dalam memperkirakan situasi *financial distress*, langkah yang dapat diambil ialah menerapkan model Altman Z-Score. Edward I. Altman menciptakan model ini dengan menerapkan lima indikator keuangan yang terbukti efektif dalam memprediksi kesulitan keuangan di tahun 1968. Rasio-rasio tersebut meliputi *Working Capital to Total Assets* (X_1), *Retained Earnings to Total Assets* (X_2), *Earning Before Interest and Taxes (EBIT) to Total Assets* (X_3), *Market Value of Equity to Total Liabilities* (X_4) dan *Sales to Total Assets* (X_5). Namun, dilakukan modifikasi pada tahun 1995 dengan menghilangkan X_5 dan mengganti *Market Value of Equity* dengan *Book Value of Equity*. Hal ini dilakukan dengan maksud agar mampu diaplikasikan pada perusahaan lain, tidak hanya perusahaan

Amerika Serikat, khususnya yang berada di negara berkembang (Altman & Hotchkiss, 2006).

Menurut Talia *et al.* (2021), jika dibandingkan dengan keakuratan model Springate yang hanya sebesar 80%, keakuratan yang dimiliki oleh model Altman Z-Score modifikasi lebih tinggi mencapai 84,17% dalam memperkirakan terjadinya masalah keuangan pada perusahaan. Dengan demikian, efektivitas penggunaan model Altman Z-Score modifikasi lebih tinggi dalam memperkirakan situasi kesulitan keuangan (*financial distress*) apabila disandingkan dengan model Springate.

Fifriani dan Santosa (2019), Firdaus *et al.* (2021), Marlinda (2021), Novitasari (2020), Pertiwi dan Putri (2021), Siekelova, Kovalova, dan Ciurlău (2019), Soputan (2022), dan Yohannes (2021) menerangkan bahwa model Altman Z-Score dapat diaplikasikan untuk memperkirakan situasi *financial distress*. Meskipun demikian, Kurniawati (2016) berpendapat model Altman Z-Score tidak dapat memperkirakan situasi *financial distress*. Perbedaan jenis model Altman yang diterapkan, periode penelitian, dan perusahaan yang dijadikan objek penelitian inilah yang menjadi pembeda antara studi yang dilakukan dengan studi-studi sebelumnya.

Studi ini bertujuan untuk mengetahui penerapan model Altman Z-Score dalam menganalisis *financial distress* dan kondisi secara finansial perusahaan manufaktur dalam sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama rentang waktu 2013 hingga 2022.

Mengacu pada fenomena yang telah dipaparkan di atas, adanya ketertarikan penulis untuk melaksanakan studi lanjutan terkait model Altman *Z-Score* dalam menganalisis *financial distress* dengan judul **“Penerapan Model Altman *Z-Score* dalam Menganalisis *Financial Distress* pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) (Studi di Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kosmetik dan Kebutuhan Rumah Tangga Periode 2013-2022)”**.

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada konteks permasalahan yang diuraikan dalam latar belakang masalah, penulis menyarankan beberapa pertanyaan sebagai rumusan masalah untuk diteliti, yakni:

1. Bagaimana penerapan model Altman *Z-Score* dalam menganalisis *financial distress* pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2013-2022?
2. Bagaimana kondisi perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2013-2022, jika dianalisis menggunakan model Altman *Z-Score*?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada beberapa pertanyaan yang dijadikan rumusan masalah untuk diteliti, berikut tujuan dilakukannya penelitian ini:

1. Untuk mengetahui penerapan model Altman *Z-Score* dalam menganalisis *financial distress* pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode 2013-2022;
2. Untuk menganalisis dan mengetahui kondisi perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2013-2022 menggunakan model Altman *Z-Score*.

D. Manfaat Penelitian

Studi yang dilaksanakan ini memiliki aspirasi untuk dapat menyumbangkan berbagai kontribusi positif, baik secara teoritis maupun praktis, terutama dalam disiplin ilmu yang menjadi fokus penelitian. Beberapa manfaat yang diharapkan, yakni:

1. Kegunaan teoritis
 - a. Membuat sebuah studi yang dapat dijadikan landasan penelitian berikutnya dengan meneliti penerapan model Altman *Z-Score* dalam menganalisis *financial distress* pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI);
 - b. Memperkuat dan mengembangkan penelitian sebelumnya yang mengkaji penerapan model Altman *Z-Score* dalam menganalisis *financial distress* pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI);

- c. Mendeskripsikan penerapan model Altman *Z-Score* dalam menganalisis *financial distress* pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi perusahaan, temuan studi ini diharapkan mampu dijadikan landasan dalam merencanakan langkah strategis untuk mengambil keputusan finansial yang tepat agar potensi *financial distress* dapat diatasi;
- b. Bagi investor, temuan studi ini diharapkan mampu membantu investor dalam menganalisis saham di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) sehingga keputusan investasi yang akurat dapat diambil oleh para investor;
- c. Bagi penulis, temuan studi ini diharapkan mampu memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dari Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung;