

BAB I

PENDAHULUAN

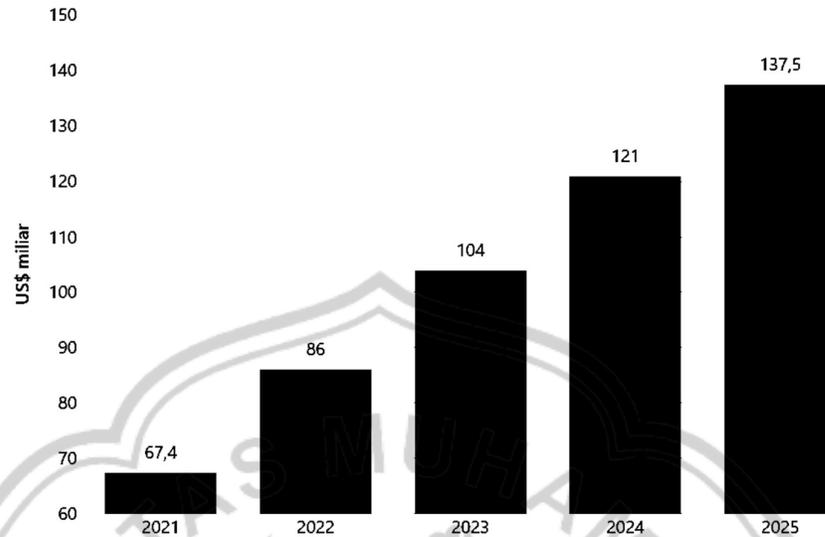
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era *modern* saat ini telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Perubahan ini telah melalui berbagai tahap, termasuk era revolusi yang kini dikenal sebagai era Industri 4.0 dan *Society 5.0*. Ciri khas dari Industri 4.0 adalah kemajuan pesat di bidang teknologi informasi, dengan fokus pada otomasi, analisis *big data*, kecerdasan buatan (*AI*), teknologi robot, dan *internet of things* (*IoT*). Meskipun banyak pihak masih berusaha menyesuaikan diri dengan era Industri 4.0, kini mulai muncul pembahasan mengenai fase berikutnya, yaitu Revolusi Industri 5.0. Fase ini menekankan kolaborasi antara teknologi mutakhir seperti *AI*, *IoT*, dan robotika dengan keterampilan serta kreativitas manusia, guna menciptakan sistem produksi yang lebih efisien, adaptif, berkelanjutan, dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan. Secara umum, Revolusi Industri 5.0 diharapkan mampu memberikan berbagai keuntungan bagi dunia industri, konsumen, tenaga kerja, serta masyarakat luas (DJKN 2023).

Secara tidak sadar, hampir seluruh aspek kehidupan kini berjalan beriringan dengan teknologi. Hal ini ditandai dengan semakin efisiennya kegiatan sehari-hari manusia karena digitalisasi dan otomatisasi seperti munculnya kecerdasan buatan *Artificial Intelligence*, *Internet of Things (IoT)*, serta *Big Data*. Banyak hal baru yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi termasuk inovasi dalam model bisnis, salah satunya yaitu terciptanya *platform* digital transportasi online dan *e-commerce*. Di Indonesia sendiri, keduanya sudah hadir sejak tahun 1996 ditandai dengan berdirinya platform D-net yang dikembangkan oleh PT Telkom Indonesia Tbk. Tahun 2015 hingga sekarang, *platform* digital transportasi online dan *e-commerce* di Indonesia berhasil berkembang pesat karena teknologi yang berinovasi setiap saat serta perubahan kebutuhan perilaku yang terjadi pada konsumen. Hasil dari penelitian mengenai pengaruh perkembangan teknologi terhadap *platform* digital transportasi online dan *e-commerce* adalah bahwa peningkatan pengalaman pengguna dan efisiensi operasional *platform* digital transportasi online dan *e-commerce* dipengaruhi oleh kehadiran *Artificial Intelligence* dan *Big Data*. Selain itu, cara berinteraksi konsumen pada *platform* digital transportasi online dan *e-commerce* juga mengalami perubahan yang signifikan karena adanya transformasi perilaku konsumtif konsumen. (Said dan Akbar 2024).

Grafik berikut menggambarkan peningkatan pengalaman pengguna dan efisiensi operasional *platform* digital transportasi online dan *e-commerce* ditandai dengan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia selama lima tahun kebelakang 2021 – 2025. Grafik berikut juga menggambarkan perubahan yang signifikan karena adanya transformasi kebutuhan dan perilaku konsumtif konsumen dari tahun ke tahun yang semakin meningkat. Pasar *e-commerce* Indonesia diprediksi akan menjadi pendorong utama pertumbuhan di Asia Pasifik. Analisis *RedSeer* menunjukkan bahwa nilai pasar *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan mencapai \$137,5 miliar pada tahun 2025. *RedSeer* juga memproyeksikan nilai transaksi *e-commerce* Indonesia akan mencapai \$67,4 miliar pada tahun 2021, \$86 miliar pada tahun 2022, \$104 miliar pada tahun 2023, dan \$121 miliar pada tahun 2024. Pertumbuhan ini didorong oleh empat

faktor utama: ekonomi berbasis konsumsi, demografi penduduk yang masih muda, perkembangan ekonomi digital, dan keinginan konsumen akan kemudahan (Redseer 2022).



Gambar 1.1 Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia

Sumber : <https://redseer.com/insights/>

Grafik di atas menggambarkan peningkatan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia. Dengan adanya peningkatan pengalaman pengguna dan efisiensi operasional *platform* digital transportasi *online* dan *e-commerce* di Indonesia, maka tidak heran jika banyak *platform* digital transportasi *online* dan *e-commerce* yang bermunculan seperti Shopee, Gojek, Tokopedia, Tiktokshop, Lazada dan Grab. *Platform* digital transportasi *online* dan *e-commerce* ini tentu berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dan menjadi yang terbaik dari yang lain. Keterbaruan fasilitas dan layanan yang ditawarkan kepada pengguna akan terus berkembang. Masyarakat pun akan memilih satu yang paling mudah, cepat dan dengan harga yang paling '*miring*'. *Platform* digital transportasi *online* dan *e-commerce* yang tidak memiliki daya tarik tentu akan ditinggal dan dihapus dari daftar langganan pengguna *Platform* digital transportasi *online* dan *e-commerce*. Jika benar hal ini terjadi, maka perusahaan *Platform* digital transportasi *online* dan *e-commerce* akan kehilangan pengguna, tidak ada yang menggunakan jasanya dan kemungkinan merugi hingga bangkrut pun ada karena tidak akan ada pemasukan.

Kemungkinan suatu perusahaan mengalami dapat diprediksi melalui beberapa cara, salah satu cara akurat guna memprediksi kebangkrutan perusahaan adalah melalui analisis laporan keuangan. Dengan menganalisis laporan keuangan, dapat diidentifikasi tanda-tanda awal yang mengarah pada potensi kebangkrutan dari perspektif keuangan perusahaan. Kebangkrutan sendiri didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana sebuah entitas perusahaan dinyatakan oleh keputusan pengadilan bahwa entitas bersangkutan mempunyai dua kreditur atau lebih dan tidak mampu untuk melunasi kewajibannya paling tidak satu hutang yang sudah jatuh tempo dan bisa ditagih (UU No 4 1998). Laporan keuangan sendiri adalah laporan yang menyajikan kondisi keuangan perusahaan pada saat ini atau dalam kondisi tertentu (Kasmir 2017). Pendapat lain mengemukakan bahwa laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi sebagai alat

komunikasi antara data dan aktivitas keuangan suatu perusahaan terhadap pihak yang berkepentingan dengan perusahaan (Munawir 1977). Sehingga dengan menganalisis laporan keuangan GoTo maka dapat diprediksi bagaimana kemungkinan kebangkrutan GoTo di masa yang akan datang.

Terdapat beberapa metode prediksi kebangkrutan perusahaan yang menggunakan laporan keuangan, diantaranya adalah Metode *Altman Z Score*, Metode *Zmijeski*, Metode *Springate* dan Metode *Grover* (Pebrian 2020). Dalam penelitian oleh Pebrian ini, disimpulkan bahwa error yang dimiliki oleh Altman Z Score lebih minim 51% dibanding metode *Zmijeski*. Metode Altman Z-Score merupakan salah satu pendekatan yang memiliki tingkat akurasi tinggi dalam memprediksi potensi kebangkrutan suatu perusahaan berdasarkan laporan keuangannya. Keunggulan utama dari model ini adalah kemampuannya dalam mengukur kesehatan finansial perusahaan, sehingga dapat berfungsi sebagai sistem peringatan dini (*early warning system*) sebelum terjadi penurunan kinerja dan kondisi keuangan yang dapat berujung pada kepailitan. Metode ini bersifat fleksibel karena dapat diterapkan pada berbagai jenis perusahaan, baik perusahaan publik maupun swasta, serta pada sektor manufaktur maupun nonmanufaktur. Analisis *Altman Z-Score* dilakukan dengan memanfaatkan berbagai rasio keuangan yang terdapat dalam laporan keuangan perusahaan. Rasio yang digunakan dalam metode ini adalah yang dianggap paling berpengaruh guna menghitung kebangkrutan suatu perusahaan (Altman 1983).

PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk lahir pada 17 Mei 2021 dari merger dua *platform* digital raksasa Indonesia, Gojek dan Tokopedia. GoTo kini mengoperasikan berbagai layanan digital, termasuk transportasi *on-demand* (Gojek), *e-commerce* (Tokopedia), dan layanan keuangan (GoTo Financial), serta memiliki 14 anak perusahaan di Indonesia dan beberapa negara. Gojek, yang didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran, memegang 58% saham GoTo, sementara Tokopedia, hasil kolaborasi William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison, memiliki 42% sisanya.

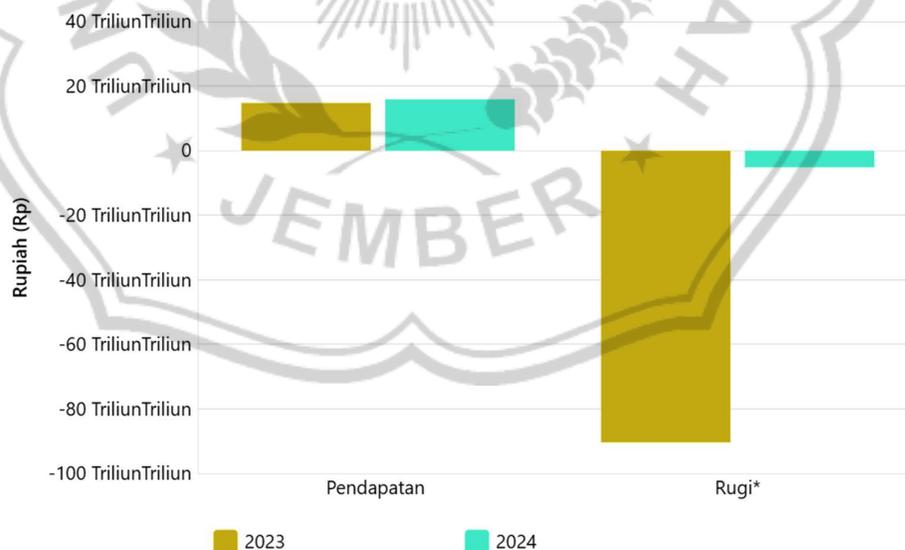
Merger ini dirancang untuk melipatgandakan sinergi produk, menyatukan kekuatan *e-commerce*, logistik, transportasi, dan layanan keuangan. GoTo bertujuan menciptakan *platform* konsumen digital terbesar di Indonesia yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan rumah tangga. Integrasi jaringan mitra usaha dan pengemudi akan memperkaya pilihan barang dan jasa, didukung oleh layanan pembayaran digital dan keuangan untuk meningkatkan kemudahan dan inklusi finansial. Secara strategis, merger ini bertujuan meningkatkan sinergi, memperkuat daya saing global, memberikan layanan superior kepada konsumen melalui jaringan mobilitas terluas, memperluas pangsa pasar, dan menciptakan efisiensi operasional yang signifikan (GoTo 2024).

Pada awalnya, merger GoTo menunjukkan performa yang sangat baik, menjadikannya *Decacorn* pertama di Indonesia. Hingga tahun 2020, entitas gabungan ini telah memfasilitasi lebih dari 1,8 miliar transaksi. Jaringan mereka juga sangat luas, dengan lebih dari 2 juta mitra pengemudi dan lebih dari 11 juta mitra usaha atau *merchant* yang terdaftar per Desember 2020. GoTo berhasil melayani lebih dari 100 juta pengguna aktif bulanan dan memberikan kontribusi signifikan, yaitu 2 persen terhadap total PDB Indonesia (Imagama 2022). Namun pada

perjalanannya, GoTo mengalami kerugian karena beberapa faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kerugian GoTo :

1. Kinerja saham GOTO yang turun terus-menerus juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi yang kurang mendukung.
2. Aksi jual saham GOTO, termasuk oleh William Tanuwijaya yakni founder Tokopedia menyebabkan saham GoTo anjlok.
3. Perubahan manajemen, termasuk hengkangnya para pendiri Gojek dan Tokopedia, menimbulkan ketidakpastian dan memberikan dampak negatif terhadap kepercayaan investor.
4. GoTo mencatatkan pembalikan goodwill senilai Rp 78,8 triliun akibat transaksi Tokopedia dan TikTok, yang menyebabkan GoTo kehilangan kendali atas Tokopedia.
5. Bagian besar dari rugi bersih GoTo juga disebabkan oleh kompensasi berbasis saham.
6. Terlalu banyak membakar uang dengan cara memberikan diskon kepada konsumen disaat kondisi keuangan merugi besar, mengeluarkan biaya marketing yang terlalu besar dan tidak dapat mengelola keuangan perusahaan dengan bijak.

Faktor-faktor diatas mempengaruhi kerugian yang dialami GoTo hingga merugi sekitar Rp5.46 triliun pada akhir 2024 walau sudah terdapat penurunan sebesar 94% yang sebelumnya pada 2023 GoTo sudah merugi sekitar Rp90.5 triliun. Kerugian ini disebabkan oleh pengembalian *goodwil* (*goodwill reversal*) yang diwajibkan oleh Standar Akuntansi Keuangan. *Goodwil* ini GoTo bayarkan kepada TikToshop karena telah mengakuisisi Tokopedia seharga Rp13 triliun, dengan TikTok memegang kendali dengan kepemilikan 75% atas GoTo. Seperti pada grafik berikut yang menggambarkan bahwa GoTo mengalami kerugian sebesar Rp90 triliun pada 2023:



Gambar 1.2 Grafik Kerugian GoTo

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Dengan adanya kerugian yang dialami GoTo, maka akan ada kemungkinan kebangkrutan di masa yang akan datang mengingat faktor yang membuat GoTo merugi sudah terjadi beberapa tahun kebelakang yakni kejadian oleh kompensasi berbasis saham. Kerugian GoTo tidak dapat dinilai sedikit pada 2023 yakni Rp90 triliun mengingat GoTo adalah *decacorn* pertama di Indonesia bahkan Asia Tenggara dengan valuasi USD 10 M.

Peneliti memutuskan menggunakan metode analisis *Altman Z-Score* karena mudah diterapkan dan memiliki akurasi prediksi hingga 95%. Hanafi menjelaskan bahwa model prediksi kebangkrutan ini sangat tepat, dengan akurasi 94% pada versi awal yang kemudian meningkat menjadi 95% di versi revisi, menjadikannya alat yang andal untuk menilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dipilih metode analisis *Altman Z-Score* karena kemampuannya dalam memberikan tingkat ketepatan prediksi hingga 95% (M Hanafi and Abdul Halim 2016). Keakuratan metode *Altman Z Score* terbukti pada penelitian oleh Erian Saputra dan Anum Nuryani tahun 2024 dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi keuangan PT Indofarma Tbk mayoritas berada dalam zona kesulitan keuangan, terutama pada tahun 2013, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 dan 2022. Pada tahun 2024, Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) menemukan adanya penyimpangan berindikasi tindak pidana dalam pengelolaan keuangan PT Indofarma Tbk. dan anak perusahaannya. Akibatnya, terindikasi kerugian negara sebesar Rp371.834.530.652,00 pada PT Indofarma dan entitas afiliasinya. (BPK 2024).

Penelitian lain yang menggunakan Metode *Altman Z Score* diantaranya adalah penelitian pada PT. Sepatu Bata Tbk oleh A. Irfan Efendi, Mudatsir S. Tato, Miftahun Ni'mah pada tahun 2017-2021 dengan hasil penelitian berada di zona sehat dan belum ada tanda tanda akan terjadi kebangkrutan (Efendi, Tato, and Ni'mah 2022). Sebaliknya Penelitian yang menggunakan Metode *Altman Z Score* pada PT Smartfren Telecom Tbk oleh Rena Mutiarani dan Widya Febryari Anita hasilnya perusahaan dinyatakan dalam keadaan kebangkrutan berdasarkan laporan tiga tahun kebelakang yakni dari 2019-2021 (Mutiarani and Anita 2024). Ini membuktikan bahwa terdapat kesenjangan penelitian dengan metode yang sama yakni Metode *Altman Z Score* antara penelitian Pada PT. Sepatu Bata Tbk dan PT Smartfren Telecom Tbk.

Fenomena diatas kemudian menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. dengan metode *Altman Z Score*. Penelitian ini berkontribusi guna memperluas Metode *Altman Z Score* pada perusahaan *Platform* digital transportasi *online* dan *e-commerce* yakni perusahaan *decacorn* di Indonesia yakni PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk sehingga dapat membantu para pihak terkait yang membutuhkan informasi kebangkrutan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. seperti Pemerintah, Investor, Kreditur dan Manajemen perusahaan PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk sendiri.

1.2 Rumusan Masalah

Sejauh ini banyak penelitian yang menggunakan Metode *Altman Z Score* sebagai metode guna menghitung kebangkrutan suatu perusahaan. Dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda yaitu pada PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk penelitian ini akan menguji Metode *Altman*

Z Score guna menghitung kebangkrutan. Metode *Altman Z Score* merupakan metode yang menggabungkan lima variabel atau komponen yang cukup akurat. Variabel atau komponen tersebut adalah *Working Capital of Total Asset*, *Retained Earnings*, *Earning Before Interest*, *Market Value of Equity* dan *Sales* (Altman 1983). Pada penelitian oleh A. Irfan Efendi, Mudatsir S. Tato, Miftahun Ni'mah berdasarkan Metode *Altman Z Score* bahwa PT. Sepatu Bata Tbk dinyatakan berada pada kondisi sehat (Efendi, Tato, and Ni'mah 2022). Namun hal ini bertolak belakang dengan penelitian oleh Rena Mutiarani dan Widya Febryari Anita pada PT Smartfren Telecom Tbk dinyatakan dalam keadaan kebangkrutan (Mutiarani and Anita 2024). Dari penjelasan tersebut terdapat perbedaan (*research gap*) hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan. Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk 2020 – 2024 mengalami kebangkrutan berdasarkan Metode *Altman Z Score* dan bagaimana simulasi di tahun yang akan datang agar tidak bangkrut?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan dan memperluas Metode *Altman Z Score* sebagai metode guna menghitung kebangkrutan suatu perusahaan. Dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda yaitu pada PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk 2020 – 2024 mengalami kebangkrutan berdasarkan Metode *Altman Z Score* dan simulasi di tahun yang akan datang agar tidak bangkrut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis
Mengembangkan Metode *Altman Z Score* pada perusahaan yang diambang kebangkrutan.
2. Bagi penulis
Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai Metode *Altman Z Score* untuk menganalisis keadaan perusahaan.
3. Bagi peneliti
Bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya dan sebagai pembanding antara penelitian ini dengan penelitian yang akan datang.
4. Bagi *stakeholder*
Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi mengenai keadaan Perusahaan khususnya pada posisi keuangan sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat.