

BAB I

PENDAHULUAN

ANALISIS KINERJA KEUANGAN PT DUTA PERTIWI Tbk.

A. Latar Belakang

Dunia perekonomian telah berkembang pesat dengan ditandai transformasi besar-besaran pada dekade belakangan ini. Perubahan dan perkembangan yang mendasar adalah hilangnya batas geografis dan budaya dalam dunia perdagangan dan bisnis. Peralatan dan perlengkapan komunikasi dan transportasi menjadi kunci dari transformasi ini. Komputer global, teknologi telekomunikasi, satelit televisi dunia, faximili dan sebagainya menjadi sarana komunikasi utama bisnis antar negara.

Dengan adanya sarana komunikasi dan transportasi yang selalu mengalami pembaharuan tersebut membuat dunia bisnis dan roda perekonomian tidak hanya berputar dan terkungkung pada wilayah nasional saja melainkan juga internasional. Situasi ini telah menjadi wajah bisnis pada waktu sekarang. Semula bisnis merupakan sistem yang berproses dalam lingkup nasional kemudian berubah secara radikal menjadi sistem internasional. Segenap sumberdaya harus dicukupi dari negara lain bahkan tidak hanya dari satu negara saja tetapi dari berbagai negara. Misalnya pesawat Boeing 767, untuk mengatakan bahwa pesawat tersebut pesawat Amerika sudah agak kesulitan. Staff Boeing berada di Seattle mendisain sayap dan kokpit. Bagian hidung dan salah satu bagian sayap pesawat diproduksi di Italia, bagian ekor pesawat dibuat di Kanada, bagian pengatur angin dan bahan bakar dikerjakan di Inggris, sementara badan pesawat dan komponen berteknologi tinggi dibuat di Jepang. Bila di hitung

untuk membuat pesawat Boeing 767 tidak kurang 29 negara yang ikut terlibat dalam proses pembuatannya. (Kotler, 1994:3)

Transformasi yang dihadapi dunia bisnis mencakup berbagai aspeknya. Secara lebih spesifik transformasi ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa segi:

1. Dari nyaman ke kompetitif. Di seluruh dunia, tekanan untuk melakukan swastanisasi dan deregulasi mencerminkan pergolakan utama untuk industri-industri seperti utilitas, telekomunikasi, penerbangan, jasa kesehatan, jasa keuangan, dan pendidikan. Para manajer terpaksa menghadapi transformasi yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam ketrampilan, sikap, proses manajerial, dan model-model perekonomian.
2. Dari lokal ke global. Semakin lama, konsumen, pesaing, dan kesempatan makin bertambah global. Kesempatan global menciptakan asimetri baru bagi perusahaan yang mapan. Pertumbuhan pesat di Asia diiringi dengan pertumbuhan rendah bahkan nol di Eropa Barat, dan ledakan tiba-tiba dari perusahaan-perusahaan baru di Amerika Serikat, menciptakan asimetris baru dalam kesempatan. Akibatnya, alokasi geografis sumber-sumber sebuah perusahaan akan berubah dengan menyolok dalam dekade berikutnya. Semakin lama, globalisasi akan mengubah sifat usaha dan besarnya perusahaan.
3. Dari batas-batas industri yang jelas ke batas-batas yang sukar ditentukan. Dalam banyak usaha, batas tradisional menjadi tidak relevan lagi. Tapal batas tradisional, seperti usaha profesional dan konsumen, waktu istirahat dan kerja, rumah dan kerja, komunikasi, hiburan, pendidikan dan komputer, tidak lagi berlaku. Teknologi digital tidak mengakui adanya batas-batas tradisional tersebut.

Misalnya perusahaan telekomunikasi tradisional bersaing dan berkolaborasi dengan perusahaan software untuk menciptakan bisnis yang mengkombinasikan fungsi-fungsi komputer pribadi, televisi, pengatur rumah, dan alat komunikasi. Dengan fungsi-fungsi semacam itu, perusahaan cenderung untuk bersaing dalam meraih kesempatan-kesempatan baru, dan juga untuk mendefinisikan bisnis baru.

4. Dari stabilitas ke perubahan terus menerus. Karena ketidakmenentuan batas-batas industri dan jalur perpindahan dan ketidakpastian harapan konsumen, produsen harus bereksperimen dengan produk dan jasa baru. Eksperimen pasar ini melewati tahap-tahap yang tidak menentu. Sebuah sukses besar dapat diganti dengan produk baru dalam waktu yang sangat pendek.
5. Dari perantara ke hubungan langsung. Proses sistematis tampaknya sedang berlangsung untuk mengurangi banyaknya lapisan antara produsen dan pemakai akhir. Trend ini akan dipercepat dengan makin populernya internet dan World Wide Web. Keadaan ini juga menyebabkan berkurangnya hambatan untuk masuk bagi para pemain baru, dan juga mengubah secara drastis struktur biaya dan peta bisnis untuk para pemain yang sudah ada.
6. Dari integrasi vertikal ke spesialis. Sebelumnya perusahaan-perusahaan menganggap bahwa kegiatan “tak penting” yang dapat dikontrakkan ke luar. Sekarang perusahaan-perusahaan ini menghadapi dua kecenderungan. Pertama, pemasok komponen sering menjadi pesaing dalam pasar produk akhir. Kedua, evolusi dari spesialis produk inti, seperti intel corporation. Mempunyai akses ke pasokan produk inti adalah sangat penting bagi siapa saja yang ingin menjadi pesaing yang andal dalam produk akhir.

7. Dari warisan intelektual tunggal ke warisan intelektual ganda. Pertemuan antara teknologi yang bervariasi ini menciptakan tuntutan baru terhadap para manajer dalam perusahaan yang mapan. (Prahalad dalam Hesselbein, 1997: 190-195)

Dari berbagai segi transformasi yang terjadi di dunia bisnis tersebut menuntut semua organisasi bisnis untuk melakukan berbagai adaptasi agar produk atau jasa yang dihasilkannya bisa unggul dalam kompetisi. Berkaitan dengan adaptasi tersebut, beberapa hal perlu untuk dicermati baik yang terdapat dalam lingkup internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Kenichi Ohmae menyarankan bahwa dalam kompetisi strategi yang digunakan harus memperhatikan beberapa faktor yang disebutnya lima C (five c), yaitu:

1. *Customer* (pelanggan). Maksudnya adalah kekuatan-kekuatan dari pelanggan yang berhadapan dengan para pengusaha pabrik. Sebagian dari kekuatan itu berasal dari tidak adanya kesetiaan mereka. Tugas utama para pengusaha adalah menciptakan nilai baru bagi pelanggan (strategi produk), bukan mendirikan penghalang bagi pesaing.
2. *Competition* (persaingan). Produk dewasa ini mengandalkan begitu banyak teknologi kritis yang berbeda sehingga sebagian besar perusahaan tidak lagi dapat mempertahankan kepemimpinan di dalam semuanya. Karena teknologi baru menjadi tersedia secara umum dengan lebih cepat, maka waktu menjadi elemen yang kritis di dalam strategi.
3. *Company* (perusahaan). Untuk bersaing di dalam pasar global, perusahaan harus mengadakan –dan entah bagaimana mencari jalan untuk membiayai—biaya tetap

yang besar sekali. Karena otomatisasi mendorong biaya variabel tenaga kerja keluar dari produksi, pembuatan (*manufacturing*) semakin menjadi kegiatan biaya tetap. Oleh karena itu biaya penelitian dan pengembangan juga menjadi biaya tetap.

4. *Currency* (mata uang). Sekarang, nilai tukar mata uang jauh lebih mudah berubah dibandingkan dasawarsa yang lalu. Perusahaan-perusahaan internasional berusaha menetralkan dampak mata uang dengan menjadi kuat di semua kawasan triad (AS, Eropa, dan Jepang), sehingga jika satu negatif, yang lain-lainnya positif.
5. *Country* (negara). Kebanyakan perusahaan harus pindah lebih jauh ke negara-negara dimana mereka berusaha menetralkan dampak mata uang dan juga kemungkinan proteksionisme. Selain itu perusahaan juga harus lebih dekat dengan pelanggan. Hanya perusahaan yang benar-benar global yang dapat mencapai lokasi global, yaitu menjadi orang dalam (*insider*) sebanyak mungkin seperti perusahaan lokal, tetapi tetap mencapai manfaat dari operasi skala dunia. (1991)

Untuk tetap bertahan dalam persaingan apalagi untuk menjadi leader, maka perusahaan harus selalu meningkatkan "*competitive position*"-nya. Sementara itu untuk mengarah pada pencapaian target tertentu suatu strategi yang baik harus dirumuskan. "*Grand strategy*" ini mencakup dua hal yaitu pertama, melakukan pengembangan pasar dan pengembangan produk. Kedua, dengan "*generic potential strategies*" yang secara potensial dapat digunakan untuk memenangkan persaingan yaitu melalui "*cost leadership, differentiation, dan focus*".

Secara internal, untuk bisa bersaing suatu perusahaan harus didukung oleh kondisi keuangannya. Hal ini terjadi karena segala keputusan perusahaan selalu terkait dengan keuangan. Dalam pengertian yang luas, perusahaan setiap saat dapat dipandang sebagai kumpulan dana dari berbagai sumber. Investor dan pemegang saham menanamkan dananya di dalam perusahaan dalam bentuk penyertaan modal. Kreditur menanamkan dana dalam perusahaan dan tampak sebagai pinjaman bagi perusahaan. Perusahaan mengalokasikan sebagian dari keuntungan bersih periode-periode sebelumnya untuk diinvestasikan kembali. Pembentukan dana dari dalam perusahaan tampak sebagai laba yang ditahan dalam neraca perusahaan. Kumpulan dana tersebut kemudian diinvestasikan dalam aktiva tetap seperti fasilitas produksi, persediaan, piutang, kas dan surat-surat berharga dengan maksud untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari biaya dana. (Agus Sartono, 1997:2)

PT Duta Pertiwi Tbk sebagai perusahaan yang bergerak dibidang properti dituntut memiliki dukungan finansial yang memadai. Sehubungan dengan itu penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kesehatan keuangan PT Duta Pertiwi Tbk. Analisis yang digunakan mencakup *Liquidity, Leverage, Coverage, Activity, Profitability, Analisis Horizontal dan Vertical, dan Discriminant Analysis.*

B. Perumusan Masalah

Dari hal-hal yang melatarbelakangi tersebut maka bisa dirumuskan permasalahan yaitu **bagaimana tingkat kesehatan keuangan PT Duta Pertiwi Tbk ?**

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perbandingan antara data faktual yang diperoleh dari data perusahaan dengan konsep teoritis, sehingga dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam pembuatan keputusan.
2. Memperoleh pengetahuan tentang operasi khususnya dalam hal keuangan yang dihadapi oleh perusahaan. Hal ini semata hanya untuk mengetahui apakah keuangan perusahaan berada dalam keadaan yang sehat atau normal.
3. Dari hasil analisis dapat digunakan untuk melakukan identifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi perusahaan sehingga dapat digunakan untuk menentukan strategi.

D. Pembatasan Masalah

Karena berbagai keterbatasan dan karena luasnya permasalahan, maka pembahasan selanjutnya akan dibatasi pada beberapa aspek berikut :

1. Kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek yang telah jatuh tempo (liquidity)
2. Mengukur prosentase jumlah dana yang dibiayai oleh hutang (leverage)
3. Mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan dana yang tersedia secara efektif (activity)
4. Mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan profit (profitability)
5. Mengukur kemungkinan kegagalan usaha perusahaan dalam suatu periode tertentu (Discriminant Analysis)

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi penelitian ini, maka akan digunakan susunan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bagian ini tercakup antara lain Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Pembatasan Masalah, dan Sistematika Penulisan

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam bagian ini diuraikan kerangka teoritis yang melandasi pembahasan selanjutnya

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini dideskripsikan riwayat singkat manajemen dan kegiatan usaha serta gambaran kondisi keuangan perusahaan

BAB IV: ANALISIS FINANSIAL PERUSAHAAN

Pada bagian ini disajikan data keuangan perusahaan yang menggambarkan tingkat kesehatan keuangan perusahaan. Selain itu, di kemukakan pula analisis atau pembahasan terhadap data yang disajikan tersebut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian terakhir ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan atas data pada bagian-bagian sebelumnya. Selanjutnya dikemukakan beberapa saran yang diharapkan bisa dipakai sebagai masukan bagi perusahaan.