

**DIAGNOSIS KEBANGKRUTAN BISNIS**  
**(Studi Kasus Pelaku Bisnis Mobil Bekas Di Semarang)**

**Totok Wibisono, Aprih Santoso**

**ABSTRACT**

*Bankruptcy can be defined as a situation where the company is experiencing lack or insufficiency of funds to run or continue his efforts. Sometimes bankruptcy is also defined as a state or a situation where the company fails or no longer able to meet obligations to creditors ..*

*This study is a qualitative research, data collection method using linear snowball method, where researchers gather information about the used car businesses in Semarang bankrupt. Interview rolled like a snowball because it must be interviewed one by one informant with persuasive way in order to dig important information about some of the causes of bankruptcy they experienced.*

*The results of this study explains that the majority of defaults caused by the use of capital structure which is not qualified, followed by lack of proper accounting reporting, subsequent poor management systems, and the last of the economic factor. Limitations of this study is, on the informant that focuses on the used car business only, and has not been tested for other businesses. This research is expected to provide benefits for businesses, because a business must have a system of early prevention against bankruptcy.*

*Keywords: bankruptcy, marketing, capital, business*

**ABSTRAKSI**

Kebangkrutan dapat diartikan sebagai situasi dimana perusahaan mengalami kekurangan atau ketidakcukupan dana untuk menjalankan atau melanjutkan usahanya. Kadang-kadang bangkrut juga diartikan sebagai keadaan atau situasi di mana perusahaan gagal atau tidak mampu lagi memenuhi kewajiban-kewajiban kepada kreditur..

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, metode pengumpulan data menggunakan linier *snowball method*, dimana peneliti menggali informasi tentang pelaku bisnis mobil bekas di Semarang yang bangkrut. Wawancara menggelinding seperti bola salju karena harus mewawancarai satu persatu informan dengan cara persuasif demi menggali informasi penting tentang beberapa penyebab kebangkrutan yang mereka alami.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa mayoritas kebangkrutan disebabkan oleh penggunaan struktur modal yang tidak sesuai dengan kualifikasinya, kemudian disusul dengan pelaporan akuntansi yang kurang tepat, selanjutnya buruknya sistem

manajemen, dan terakhir adanya factor ekonomi. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah, pada informan yang bergerak pada bidang bisnis mobil bekas saja, dan belum diuji cobakan kepada bisnis lainnya. Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi para pebisnis, karena sebuah bisnis haruslah mempunyai sistem pencegahan secara dini terhadap kebangkrutan.

*Kata kunci: kebangkrutan, pemasaran, modal, bisnis*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Kebangkrutan dapat diartikan sebagai situasi dimana perusahaan mengalami kekurangan atau ketidakcukupan dana untuk menjalankan atau melanjutkan usahanya. Kadang-kadang bangkrut juga diartikan sebagai keadaan atau situasi di mana perusahaan gagal atau tidak mampu lagi memenuhi kewajiban-kewajiban kepada kreditur. Menurut Endri (2009) kebangkrutan adalah sebuah kegagalan perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksinya, untuk menghasilkan laba. Kebangkrutan juga seringkali disebut dengan likuidasi perusahaan, penutupan perusahaan dan insolvabilitas.

Kebangkrutan dapat terjadi disemua usaha/bisnis termasuk usaha/bisnis mobil. Dengan banyaknya keluaran mobil terbaru ditambah dengan semakin gencarnya iklan tentang mobil-mobil terbaru, membuat sebagian

konsumen tertarik dan terdorong untuk dapat menukar (menjual) mobilnya dan menggantinya dengan mobil keluaran terbaru, sehingga hal ini menciptakan mobil bekas yang masih layak pakai untuk kembali diperjualbelikan. Selain dari banyaknya keluaran mobil terbaru, ada beberapa hal yang mendorong usaha/bisnis penjualan mobil bekas di Indonesia terus meningkat, yaitu harga mobil baru yang semakin tinggi. Data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) menunjukkan penurunan *wholesale* periode Januari 2016 dibandingkan tahun sebelumnya. Performanya turun dari 93.137 unit menjadi 84.304 unit. Kondisi ini ternyata berdampak pada pasar mobil bekas. Sehingga sejak dua tahun terakhir, usaha penjualan mobil bekas dalam kondisi stagnan bahkan cenderung turun. Sebabnya, disisi lain daya beli masyarakat telah turun dan mereka lebih memfokuskan anggaran untuk kebutuhan primer. Oleh karena

itu, harga pasaran mobil bekas turun bahkan dalam beberapa kasus tidak memiliki harga pasar yang jelas. Hal tersebut terungkap berdasarkan pantauan ke sejumlah pengusaha mobil bekas di Bandung pada Rabu 23 Maret 2016. Salah satu pengusaha mobil bekas di kawasan Jalan Cikutra, Rido mengatakan, sudah dua tahun terakhir harga pasaran mobil bekas tidak menentu. Selain itu, permintaannya pun relatif turun (Liputan6.com). Sulitnya menjual mobil ternyata tidak hanya dirasakan para pengusaha mobil bekas, tapi oleh para pemilik mobil yang ingin menjual mobilnya. Andri, pemilik mobil, mengungkapkan ia sudah berupaya menjual mobilnya dengan harga wajar, tapi masih saja sulit.

Menurut suaramerdeka.com, “ penjualan mobil bekas lesu pada beberapa bulan terakhir” ungkap ketua paguyuban pedagang mobil bekas di area parkir Giant Penggaron, Cin Cin, Minggu (19/6). Fenomena-fenomena tersebut menunjukkan gejala kebangkrutan bisnis khususnya bisnis mobil bekas.

Hasil penelitian terdahulu tentang kebangkrutan yang dianalisis dari

berbagai metode kuantitatif menunjukkan potret tentang penelitian kebangkrutan yang telah dilaksanakan. Penelitian kami sangat berbeda dari penelitian-penelitian terdahulu sebab kami menganalisis kebangkrutan dengan metode kualitatif. Sejauh ini, penelitian mengenai kebangkrutan dengan metode kualitatif belum banyak dilaksanakan oleh peneliti-peneliti terdahulu, maka tentunya akan menambah potret penelitian-penelitian tentang kebangkrutan khususnya menggunakan metode kualitatif.

### **Perumusan Masalah**

Dengan adanya penelitian terdahulu tentang kebangkrutan dengan menggunakan metode kuantitatif (metode-metode prediksi kebangkrutan) maka perlu penelitian replikasi tetapi dengan metode kualitatif, sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengapa terjadi kebangkrutan pada pelaku bisnis mobil bekas di Semarang ? Oleh karena itu, pertanyaan penelitiannya adalah bagaimana mendiagnosis kebangkrutan pada pelaku bisnis mobil bekas di Semarang ?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mendiagnosis kebangkrutan pada pelaku bisnis mobil bekas di Semarang

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **Teori Pemasaran**

Dalam perkembangan dunia saat ini, banyak perusahaan berupaya untuk mencari peluang dalam memperluas pangsa pasar agar dapat bersaing dengan para pesaing dalam memperoleh keuntungan. Dengan melihat adanya peluang tersebut, maka setiap perusahaan perlu memperhatikan aktivitas dalam memasarkan produk yang kemudian mengarah kepada kebijakan apa yang akan dilakukan, selain itu termasuk sumber daya manusia (SDM) yang akan melaksanakan program-program pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan. Pemasaran adalah Suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana – rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuas kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Gitosudarmo

(2008) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkannya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Boyd, dkk (2006) mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.

Kegiatan pemasaran sangat penting bagi perusahaan, baik yang memasarkan suatu produk atau jasa. Kebijakan ini akan dijadikan sebagai pedoman dan tuntunan dalam memasarkan suatu produk atau jasa. Kebijakan ini berupa perencanaan suatu produk, penetapan harga, promosi produk, dan sistem saluran pemasaran produk yang nantinya akan diketahui oleh para konsumen. Kemudian jika dalam memasarkan produk itu dilakukan tanpa perencanaan yang matang maka akan terjadi adalah produk tersebut tidak akan dikenal oleh konsumen dalam penetapannya kurang koordinasi dan perencanaan, maka perusahaan akan mengalami kerugian. Mobil adalah alat transportasi darat

yang digunakan untuk pribadi atau umum, kebanyakan mobil digunakan untuk pribadi sekarang mayoritas warga Indonesia sudah mempunyai mobil di setiap rumahnya untuk kepentingan pribadi keluarganya, sekarang mobil dijadikan kebutuhan pokok dan bermacam – macam jenisnya.

Istilah bauran pemasaran mengacu pada paduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju. Distribusi kadangkala dihubungkan dengan tempat, sehingga memberikan 4P dari bauran pemasaran : Produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*). Seorang manajer pemasaran dapat mengontrol tiap komponen dari bauran pemasaran, tetapi strategi untuk keempat komponen tersebut harus dipadukan untuk mencapai hasil yang optimal. Keberhasilan setiap bauran pemasaran tergantung pada komponen terlemah didalamnya. Ratih (2005) bahwa Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan unsur-unsur internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi. Lain halnya menurut Gitosudarmo (2008)

mendefinisikan bauran pemasaran sebagai alat bagi pengusaha untuk mempengaruhi konsumen agar konsumennya dapat menjadi kenal kemudian menyenangkan dan kemudian melakukan transaksi pembelian serta akhirnya konsumen itu menjadi puas.

### **Teori Kebangkrutan**

Menurut Harnanto (1991) kebangkrutan dapat diartikan sebagai situasi dimana perusahaan mengalami kekurangan atau ketidakcukupan dana untuk menjalankan atau melanjutkan usahanya. Kadang-kadang bangkrut juga diartikan sebagai keadaan atau situasi di mana perusahaan gagal atau tidak mampu lagi memenuhi kewajiban-kewajiban kepada kreditur. Menurut Endri (2009) kebangkrutan adalah sebuah kegagalan perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksinya, untuk menghasilkan laba. Kebangkrutan juga seringkali disebut dengan likuidasi perusahaan, penutupan perusahaan dan insolvabilitas. Lebih lanjut menurut Adnan dan Kurniasih (2000) menyebut kebangkrutan adalah *economic failure* (kegagalan ekonomi) dan *financial failure* (kegagalan finansial).

Kebangkrutan identik dengan beberapa kata, yaitu *insolvency*, *failure*

dan *bankruptcy*. Altman (1984) menyatakan bahwa, *insolvency* terjadi jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya pada saat jatuh tempo atau dapat dikatakan aktiva perusahaan kurang *liquid*. *Insolvency* yang terkait dengan kebangkrutan terjadi pada saat kewajiban total melebihi penilaian wajar dari total aktiva dan modal kerja bersih perusahaan bernilai negatif. Setiap perusahaan dengan modal kerja bersih yang negatif sudah bisa dikategorikan bangkrut, hal ini akan semakin jelas pada saat perusahaan secara resmi dinyatakan bangkrut melalui pengadilan. *Faailure* (kegagalan) dalam ekonomi terjadi di mana tingkat pengembalian atas modal yang diinvestasikan terus menurun atau lebih rendah dari tingkat pengembalian yang berlaku umum atas investasi yang sama. Bentuk lainnya yang biasa digunakan dalam mengartikan kegagalan dalam bisnis adalah jika pendapatan dalam sebuah perusahaan tidak cukup untuk menutup seluruh biaya dan jika tingkat pengembalian rata-rata atas investasi berada di bawah biaya modal perusahaan.

Secara umum, kebangkrutan telah dipahami dengan baik oleh

khayalak masyarakat, karena secara kasat mata sangat terlihat sekali banyaknya akibat yang terlihat dari adanya kebangkrutan. Dimulai dari penyitaan aset, banyaknya hutang yang belum terbayar dan taraf hidup yang meluncur jatuh ke bawah. Menurut Sadarachmat (1995) kebangkrutan adalah keadaan di mana jika semua hutang perusahaan melebihi penilaian wajar dari harta totalnya (nilai perusahaan negatif, atau perusahaan berada di dalam keadaan *actual insolvency*). Keadaan lainnya adalah *technical insolvency*, di mana perusahaan dianggap gagal karena tidak dapat memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo. Higar dan Djazuli (2010) berpendapat, sebenarnya kegagalan usaha adalah sesuatu yang bisa diprediksi dengan menggunakan berbagai macam pendekatan teori ilmu keuangan. Ada beberapa cara dalam melakukan prediksi tersebut, baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif. Keberlangsungan hidup entitas bisnis dipengaruhi oleh kendala internal dan eksternal. Kendala eksternal dapat berupa kendala di luar perusahaan seperti pasar, kondisi moneter, sosial, politik dan lain sebagainya, sedangkan kendala dari

internal adalah kendala di dalam perusahaan itu sendiri seperti kondisi keuangan, sumber daya manusia, budaya perusahaan, penguasaan teknologi, pengawasan internal dan lainnya. Gejala awal menurut kebangkrutan ditandai dengan adanya financial distress, yang diartikan dalam tahap yang dekat dengan kebangkrutan. Hal tersebut ditandai dengan adanya ketidak pastian profitabilitas perusahaan pada masa yang akan datang.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian dan Pendekatan**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (*qualitative method*), yaitu sebuah metode yang menurut Creswell (2012) sebagai usaha untuk membangun makna suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari partisipan. Format deskriptif kualitatif studi kasus tidak memiliki ciri seperti air (menyebar di permukaan), tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena.

### **Obyek Penelitian**

Penentuan informan dalam penelitian ini dengan cara *snowball* atau

yang lebih dikenal dengan metode bola salju atau prosedur rantai rujukan atau *networking*. Dari beberapa informan yang berkaitan dengan bahasan informasi yang digali oleh peneliti.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara: (a) Pengamatan (observasi): dengan melakukan pengamatan yang mendalam dan pencatatan yang sistematis terhadap gejalagejala yang berkaitan dengan kebangkrutan, (b) Wawancara mendalam (*Indept interviewing*): yaitu dengan mewawancarai para pelaku bisnis mobil bekas (c) Dokumentasi (*documentation*): mendokumentasikan segala hal yang berkaitan dengan obyek penelitian, baik berupa dokumen pribadi ataupun dokumen resmi.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian kali ini akan menggunakan studi kasus, yang merupakan salah satu strategi dan metode analisis data kualitatif yang menekankan pada kasus-kasus khusus yang terjadi pada obyek analisis. Dalam penelitian ini, tipe studi kasus yang digunakan adalah studi kasus observasi, yang menurut Bogdan

dan Biklen (1982) dalam Bungin (2011) adalah penekanannya lebih pada penggunaan observasi dalam penelitian untuk menjaring informasi-informasi empiris yang detail dan actual dari unit analisis penelitian, apakah ini menyangkut kehidupan individu maupun unit-unit sosial tertentu dalam masyarakat.

## **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Penentuan informan dalam penelitian ini dengan cara *snowball* atau yang lebih dikenal dengan metode bola salju atau prosedur rantai rujukan atau *networking*. Mulai dari pertemuan peneliti dengan informan pertama yang bernama Didyk Soesanto, yang dikontak dan kemudian menemukan beberapa informan lainnya yang berkaitan dengan pembahasan informan yang pertama. Dari beberapa informasi yang digali oleh peneliti, pada akhirnya peneliti berhasil mewawancarai 3 informan kunci yang merupakan pengusaha mobil bekas. Deskripsi karakteristik responden yang akan didiskusikan dan dianalisis dalam

penelitian kali ini adalah pengusaha mobil bekas yang telah mengalami kebangkrutan dalam bisnisnya. Beberapa responden di antaranya bahkan telah habis asetnya karena terjual untuk membayar beberapa kewajiban-kewajiban bisnisnya.

Wawancara dilakukan dengan sangat hati-hati dikarenakan menguak beberapa hal yang bersifat pribadi. Wawancara secara langsung dilakukan dalam rangka menggali beberapa informasi secara persuasif, sehingga data yang terkumpul merupakan data primer.

### **Mengenali Aspek-aspek Yang Menyebabkan Kebangkrutan Bisnis**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa informan, diketahui beberapa diantara mereka telah benar-benar berada pada fase orang yang pailit ataupun jatuh miskin. Pailit adalah seseorang yang tidak memiliki harta/*fulus*, karena hutang seseorang yang menghabiskan seluruh hartanya untuk membayar hutang-hutangnya.

Berikut ini adalah hasil wawancara dengan para informan kunci

**Tabel 1 Informan Penelitian**

Nama Informan	Alamat	Keterangan
Informan I Sofyan Abadi (lahir di Semarang)	Kelurahan Gemah RT 08 RW 09 Kecamatan Pedurungan Semarang	<p>Pengusaha mobil Bekas ini membuka usaha mobil bekasnya diberi nama Sahabat Abadi dengan lokasi di Bursa Mobil Giant Penggaron yang ditutup pada akhir tahun 2016.</p> <p>Pengusaha mobil bekas ini memiliki pengalaman bisnis dimulai dari bisnis barang rosok (Besi Tua) pada tahun 2006 dengan memulai bisnis mobil bekasnya dari menjadi perantara (makelar) untuk mencarikan mobil bekas bagi pedagang mobil dan pemakai mobil bekas. Baru kemudian pada tahun 2008 menekuni pedagang mobil bekas dimulai dari menjual mobil dengan modal Rp 40 juta ke bawah.</p> <p>Pada tahun 2011, beliau membuka <i>showroom</i> mobil bekas di Bursa Mobil Bekas Giant Penggaron dengan modal yang terkumpul Rp 300 juta dari keuntungan yang diperoleh dari jual beli mobil bekas dan usaha besi rosok. Kemudian pada akhir tahun 2016 beliau menutup <i>showroom</i>nya yang ada di Bursa Mobil Bekas Giant Penggaron Semarang.</p> <p>Diperoleh pula informasi bahwa Investasi membeli tanah dianggap lebih menguntungkan daripada bisnis mobil jasa, sehingga bisnis mobil bekasnya bangkrut</p>
Informan II Deddy Susanto, (lahir tahun 1971 di Semarang)	Jalan Taman Delta Mas no 43 Perumahan Tanah Mas Semarang.	<p>Beliau memulai bisnisnya dari menjadi perantara mobil bekas pada tahun 1995, baru kemudian pada tahun 2012 membuka usaha jual beli mobil bekas dengan modal 100% pinjaman dari bank dengan tingkat bunga 1,2% per bulan (pengenaan beban bunga harian) senilai Rp 500 juta.</p> <p>Beliau menekuni jual beli mobil bekas dimulai dari menjual mobil bekas di TVRI Semarang dengan spesialisasi mobil –mobil Korea dan Eropa (<i>slow-moving</i> dengan margin besar), baru kemudian setelah di Giant Penggaron Semarang ada bursa mobil bekas beliau membuka <i>show room</i> mobil bekas di sana dengan nama Didik Mobil.</p> <p>Untuk memperoleh keuntungan yang cukup, Didik mampu menjual mobil bekasnya rata-rata 3 sampai dengan 4 mobil se bulan dengan perolehan keuntungan Rp 40 juta - Rp 50 juta per bulan yang merupakan keuntungan yang fantastis. Kemudian beliau menutup <i>show room</i> mobil bekasnya di Giant Penggaron Semarang pada tahun 2015.</p> <p>Diperoleh pula informasi bahwa mobil baru yang harganya lebih murah. Disamping itu, beberapa karyawannya dibajak oleh pengusaha mobil bekas lainnya, sehingga bisnis mobil bekasnya bangkrut</p>
Informan III  Lugiyanto, (kelahiran Semarang pada tanggal 7 juli 1956)	Jalan Arya Mukti Tengah no 562 Pedurungan Semarang.	<p>Bapak yang punya panggilan Yanto ini memulai bisnis sejak muda menjadi perantara (makelar), pada tahun 1997 membuka usaha jual jamu dari Cilacap yang pada tahun itu merupakan komoditas yang laku dengan tanpa meninggalkan dunia perantara motor dan mobil. Karena jamu Cilacap diindikasikan jamu yang mengandung kandungan berbahaya akhirnya beliau beralih ke bisnis permen pada tahun 2000 sampai dengan 2003, kemudian disusul bisnis rokok merek Netral (memasarkan Rokok Netral). Beliau dikaruniai tiga orang anak yang saat ini sudah berkeluarga. Beliau membuka <i>show room</i> mobil pada tahun 2005 di jalan Soekarno-Hatta no 120 Pedurungan Semarang dengan modal awal kurang lebih Rp 700 juta. Pada tahun 2007 sempat menikmati hasil penjualan yang luar biasa sehingga bisa meningkatkan modal usahanya. Dan menutup <i>show room</i> mobilnya yang diberi nama</p>

		Agus Mobil pada bulan januari 2016. Diperoleh pula informasi bahwa kondisi perekonomian yang buruk untuk berbisnis mobil baru, sehingga bisnis mobil bekasnya bangkrut
--	--	---

Keberlangsungan hidup entitas bisnis dipengaruhi oleh kendala internal dan eksternal. Kendala eksternal dapat berupa kendala di luar perusahaan seperti : pasar, kondisi moneter, sosial, politik dan lain sebagainya, sedangkan kendala dari internal adalah kendala di dalam perusahaan itu sendiri seperti : kondisi keuangan, sumber daya manusia, budaya perusahaan, penguasaan teknologi, pengawasan internal dan lainnya. Gejala awal menurut kebangkrutan ditandai dengan adanya *financial distress*, yang diartikan dalam tahap yang dekat dengan kebangkrutan. Hal tersebut ditandai dengan adanya ketidakpastian profitabilitas perusahaan pada masa yang akan datang.

Menurut Wahyu (2010), penghambat kemajuan bisnis yang dijalankan UMKM adalah

- (1) lemahnya sumber daya manusia (SDM);
- (2) keterbatasan modal;
- (3) manajemen tata kelola yang tradisional dan nyaris tidak mengenal teknologi modern

dalam berproduksi;

- (4) kendala pemasaran yakni, rendahnya akses pasar;
- (5) kesulitan dan hambatan dalam penyediaan bahan baku; dan
- (6) belum menggunakan Sistem Informasi Manajemen (SIM).

Dari beberapa hasil wawancara di atas, bisa didiagnosis bahwa ada beberapa aspek penyebab adanya kebangkrutan. Ketika aspek sebab-sebab tersebut bisa didiagnosis sebelumnya maka kebangkrutan akan bisa dihindarkan. Beberapa aspek penyebabnya sangat beragam sekali, dan fase yang paling mudah untuk menghindari kebangkrutan adalah memperbaiki dan menjaga aspek manajemen, akuntansi, profesionalitas, dan penggunaan struktur modal yang tepat. Ada satu hal yang agaknya susah untuk dideteksi yang bisa menyebabkan kebangkrutan secara tiba-tiba dan permanen yaitu faktor ekonomi yang tidak mendukung bisnis mobil bekas.

Dari keterangan beberapa informan, bisa disimpulkan bahwa

kebangkrutan yang mereka alami disebabkan oleh empat aspek, yang seharusnya beberapa sebab tersebut bisa diidentifikasi sejak awal, sehingga kebangkrutan bisa dihindarkan. Keempat aspek penyebab kebangkrutan bisnis, yaitu :

- (1) Aspek manajemen (produk/jasa) haruslah selalu dijaga dengan baik;
- (2) Aspek sistem akuntansi yang juga harus diperhatikan akuntabilitasnya;
- (3) Aspek penggunaan / struktur modal yang tidak tepat;
- (4) Aspek ekonomi,

Berikut ini pembahasan masing-masing aspek yang menyebabkan kebangkrutan bisnis.

- (1) Aspek manajemen produk/jasa.  
Manajemen produk/jasa tidak hanya berkisar pada aspek pemasaran saja, akan tetapi hal lainnya yang juga mendukung aspek pemasaran bisa dikembangkan pada peningkatan inovasi, memperbaharui produk dan menerapkan modal sosial berupa jaringan dalam bisnis

(Setyanto, Samodra dan Pratama, 2015). Menurut Ardina, Brahmayanti dan Subaedi (2010), semakin tinggi pengetahuan, ketrampilan, kemampuan sumber daya manusia dalam sebuah usaha bisnis, maka akan semakin tinggi kinerja mereka. Dan ini juga sangat berpengaruh pada implementasi manajemen produk/jasa dalam sebuah bisnis. Hermanto (2013) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa kualitas sumber daya manusia yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan para pelanggannya. Hal ini sangat beralasan, karena aspek manajerial yang baik akan selalu dijalankan oleh SDM yang berkualitas. Jadi dua hal ini saling berhubungan antara satu dengan lainnya.

- (2) Aspek sistem akuntansi  
Menurut Kurniawati, Nugroho dan Arifin (2012) menyatakan bahwa masih banyak UMKM yang belum menerapkan akuntansi dalam menjalankan usahanya. Hasil penelitian di

Salatiga ini menyatakan bahwa UMKM sudah melakukan pencatatan atas penjualan, pembelian, persediaan, biaya gaji dan biaya lainnya, dan juga pelaporan yang mencakup laporan penjualan, pembelian, persediaan dan penggajian. Kendala dalam penerapan akuntansi meliputi :

- (a) latar belakang pendidikan yang ada,
- (b) belum pernah mengikuti pelatihan akuntansi dan
- (c) belum ada kebutuhan terhadap penerapan akuntansi.

Dipihak lain, Inayanti, Suryani dan Setiawan (2012) juga menyatakan dalam penelitiannya bahwa kelemahan UMKM adalah masalah ketertiban pencatatan usaha dan laporan keuangan. Pencatatan masih dilakukan secara manual dan tidak terintegrasi dan ini menyebabkan ketidakcocokan antara hasil laporan dengan kenyataan.

- (3) Aspek penggunaan/struktur modal yang tidak tepat.

Kurangnya modal adalah alasan yang klise karena sering dikeluhkan oleh para pengusaha di manapun mereka berada. Solusi atas kekurangan modal yang ada adalah banyaknya tawaran kredit yang berorientasi pada usaha rakyat. Akan tetapi banyak diantara pengusaha yang tidak menggunakan modal yang didapat dengan baik dan efisien. Mayuni dan Rustariyuni (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terjadi sebuah peningkatan dari variabel produksi, tenaga kerja, pendapatan dan biaya setelah UMKM di Jembrana, Bali mendapatkan suntikan dana dari sebuah Bank untuk usaha mereka. Hal ini dikarenakan penggunaan modal dikelola dengan baik dan tepat guna.

- (4) Aspek ekonomi

Sistem perekonomian dalam suatu masyarakat ataupun negara dapat memberikan pengaruh bagi kebangkrutan

suatu bisnis. Hal ini merupakan faktor eksternal karena tidak disebabkan dari tindakan manajemen sebuah perusahaan. Adanya perubahan struktur perekonomian mengharuskan sebuah manajemen perusahaan untuk berfikir keras menghasilkan suatu kebijakan agar sistem perusahaan bisa berjalan dengan baik dan perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dengan semaksimal mungkin;

Pendiagnosisan kebangkrutan bisa dilakukan dengan melihat secara cermat keempat aspek di atas, jika sebuah bisnis mengimplementasikan keempat aspek tersebut, maka kebangkrutan akan bisa dicegah sedini mungkin. Sebaliknya, jika sebuah usaha hanya mengimplementasikan beberapa aspek saja, maka hal tersebut akan menjadi pemicu bagi buruknya struktur bisnis sehingga kebangkrutan akan sangat berpotensi menghampiri pelaku bisnis tersebut

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Dari penelitian didapatkan hasil beberapa cara untuk mendiagnosis kebangkrutan sebuah bisnis haruslah dikuatkan dengan cara mengimplementasikan empat aspek (aspek manajemen, akuntansi, struktur modal dan ekonomi). Ketika empat aspek tersebut atau salah satunya saja hilang, maka akan muncul permasalahan yang bisa menyebabkan kebangkrutan bisnis.

### **Saran**

Penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam hal obyek penelitian, terbatas pada beberapa informan yang bergerak di bidang bisnis mobil bekas saja, dan belum diuji cobakan ke bidang bisnis lainnya. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan obyek kajian yang berbeda, agar bisa menjadi pembelajaran bagi yang ingin berbisnis. Bisnis yang baik adalah yang mempunyai sistem pencegahan terhadap kebangkrutan, dengan membangun sistem yang kuat meliputi sistem manajemen, akuntansi, pemanfaatan modal, dan lain sebagainya

Mengelola Perubahan  
Lingkungan Bisnis: Analisis  
Model Altman's Z-Score.  
Perbanas Quarterly Review,  
Volume 2 No.1, Maret 2009

Gozali Iman, 2009, *Ekonometrika, Teori Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*, Penerbit : Universitas Diponegoro, Semarang

Gitosudarmo Indriyo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua, cetakan pertama, Penerbit : BPF, Yogyakarta

Harnanto, 1991, *Analisa Laporan Keuangan*, Yogyakarta: AMP YPKN.

Higar, A. S. dan A. Djazuli,. 2010. Analisis Respon Auditor Terhadap Asumsi Going Concern Akibat Krisis Moneter Dan Financial Distres Model (Study Kasus Pada Perusahaan Di BEI Yang Mengalami Kerugian). *Jurnal Islamic Finance & Business Review*, Tazkia 5(1): 8.

Johnson DW & Johnson, R, T (1991) *Learning Together and Alone*. Allin and Bacon: Massa Chusetts

Kotler, Philip, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan ketigabelas, Prenhalindo, Jakarta.

Lamb, Jr, W. Charles, dkk, 2006, *Pemasaran*, edisi pertama, Penerbit : Salemba empat, Jakarta.

Machfoedz, Mahmud, 2005, *Pengantar Pemasaran Modern*, cetakan

## DAFTAR PUSTAKA

Altman, E., I. 1984. *Corporate Financial Distress A Complete Guide To Predicting, Avoiding and Dealing With Bankruptcy*. John Willey & Sons Inc., USA

Assauri, Sofjan, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan kedelapan, Penerbit : Rajawali Pers, Jakarta.

Boyd, Jr., Harper W,dkk, 2006, *Manajemen Pemasaran, Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, edisi kedua, jilid satu, Penerbit : Erlangga, Jakarta.

Darsono dan Ashari, 2005. *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*, Andi, Yogyakarta.

Dharmestha, Swastha Basu dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPF, Yogyakarta.

Endri. 2009. *Prediksi Kebangkrutan Bank Untuk Menghadapi Dan*

pertama, Penerbit : UPP AMP  
YKPN, Yogyakarta

Newton, G., W. 1975. Bankruptcy and  
Insolvency Accounting. The  
Ronald Press Company. USA

Ratih, Hurriyati, 2005, Bauran  
Pemasaran dan Loyalitas  
Konsumen, cetakan pertama,  
Penerbit : Alfabeta, Bandung

Sunarto, 2003, Manajemen Pemasaran,  
edisi pertama, cetakan pertama,  
BPFE-UST, Yogyakarta.

Swasta Basu dan Ibnu Sukotjo, 2000,  
Pengantar Bisnis Modern, edisi  
ketiga, cetakan keenam, Penerbit  
: Liberty, Yogyakarta

Sunarto, Kamanto.2004. Pengantar  
Sosiologi. Jakarta: Fakultas  
Ekonomi Universitas Indonesia.