

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Indonesia merupakan wilayah yang subur untuk pertumbuhan *startup*. Hal ini terbukti dengan kedudukan Indonesia pada tahun 2019 yang menduduki posisi 5 di dunia setelah Amerika Serikat, India, Inggris dan Kanada dengan jumlah *startup* sebanyak 2.193. Berdasarkan laporan *Startup Ranking*, per tahun 2022 Indonesia kini telah memiliki *startup* sebanyak 2.346. Berbagai perusahaan *startup* tersebut dapat berkembang cepat di Indonesia dikarenakan perkembangan teknologi di Indonesia yang juga baik terutama pada masa pandemi dimana banyak masyarakat yang beralih ke dunia *online*. *Startup* harus selalu mengembangkan model bisnis yang sesuai untuk produk atau jasa, layanan, proses, atau *platform* yang inovatif, dimana hal tersebut menjadi tuntutan bagi mereka. Beberapa produk inovasi teknologi digital perusahaan *startup* populer di Indonesia, antara lain Gojek, Grab, Tokopedia, Lazada, dan Shopee. Selain itu, ada juga Quipper, Ruang guru, HaloDoc, Dokter.id, OVO, LinkAja, Dana, Tanihub, Sayurbox. Produk - produk tersebut merupakan perusahaan penyedia layanan barang dan jasa dengan teknologi digital.

Kolaborasi antara perusahaan *startup* di Indonesia merupakan strategi yang diadopsi oleh beberapa perusahaan untuk dapat bersaing dengan terus menciptakan inovasi dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Model bisnis kolaboratif menjadi pilihan yang aman dan nyaman bagi perusahaan yang sedang berkembang, karena memberikan manfaat kepada semua pihak, termasuk pengusaha, pemerintah, dan konsumen, serta mampu memenuhi kebutuhan pasar dengan berkumpulnya SDM yang mumpuni di bidangnya masing-masing untuk menghasilkan ide-ide yang kreatif dan inovatif. Selain itu, kolaborasi antar perusahaan *startup* dapat memenuhi kebutuhan pasar masyarakat yang semakin dinamis dalam gaya hidupnya, sehingga para pelaku bisnis harus cerdas dalam mencari target pasar yang akan mendukung efisiensi dan kenyamanan gaya hidup masyarakat. Salah satu contoh perusahaan yang melakukan kolaborasi adalah PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO), yang merupakan gabungan dari Gojek dan Tokopedia. Kedua perusahaan ini memilih jalan kolaborasi dengan strategi untuk bersaing di era yang sangat kompetitif seperti sekarang ini, dan bergabung untuk melengkapi berbagai layanan yang bisa diberikan kepada konsumen. Integrasi berbagai hal ini bertujuan untuk membuat grup semakin kuat, sehingga layanan dapat terintegrasi dengan lebih baik kepada

konsumen. Nailul Huda, seorang peneliti dari *Center of Innovation and Digital Economy Indef*, menyatakan bahwa *merger* antara Gojek dan Tokopedia perlu dilakukan karena persaingan yang semakin meningkat di sektor ekonomi digital Indonesia yang sekarang didominasi oleh pemain besar. Menurut Huda, pendirian GoTo bertujuan untuk bersaing dengan pemain ekonomi digital lainnya di Asia Tenggara, seperti SEA Group dan Grab. Dia percaya bahwa jika GoTo menargetkan pasar Asia Tenggara, maka memiliki potensi untuk meningkatkan pangsa pasar dan valuasinya. Huda memprediksi bahwa valuasi *merger* GoTo bisa mencapai US\$ 20 miliar hingga US\$ 25 miliar, atau sekitar Rp 284 triliun hingga Rp 355 triliun (berdasarkan kurs Rp 14.200 per dolar AS). Meskipun masih jauh di belakang valuasi SEA Group yang mencapai US\$120 miliar, sebuah IPO yang sukses dapat secara signifikan meningkatkan valuasi, terutama jika GoTo berhasil menguasai pasar Indonesia, yang merupakan pangsa pasar terbesar di ASEAN.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, manajemen harus pandai dalam memproses berbagai informasi dan tidak boleh asal membuat keputusan. Jika manajemen membuat keputusan yang salah, maka ini akan memiliki dampak buruk pada kinerja perusahaan. Hansen dan Mowen (2009: 516) menjelaskan bahwa pengambilan keputusan terdiri dari dua jenis, yaitu keputusan jangka pendek (*tactical decision making*) dan keputusan investasi modal (*capital investment decision*). Keputusan jangka pendek termasuk keputusan untuk membuat atau membeli produk, menjual atau memproses produk lebih lanjut, menghentikan atau melanjutkan produksi suatu produk/lini usaha, serta menolak atau menerima pesanan khusus. Dalam pengambilan keputusan untuk melanjutkan atau menghentikan proses produksi suatu produk/lini usaha, perlu memperhatikan beberapa kriteria seperti menurunnya volume penjualan, penjualan produk yang menurun sebagai persentase dari total penjualan, menurunnya pangsa pasar, dan kenaikan berbagai biaya tanpa adanya peningkatan penjualan produk.

Ditengah perjalanan usahanya, pada November 2022 GoTo mengumumkan bahwa mereka melakukan pengurangan jumlah karyawan (*layoff*). GoTo *me-layoff* 1.300 karyawan atau sekitar 12% dari total jumlah karyawan yang dimilikinya. Kondisi nyata yang dirasakan oleh GoTo jika dilihat berdasarkan kondisi keuangan yaitu perusahaan harus menanggung rugi sebesar Rp 14,1 juta pada periode Januari – Juni 2022. Hal ini meningkat 2x lipat jika dibandingkan dengan periode Januari – Juni 2021 yaitu sebesar Rp 6,6 juta. Selain itu, melonjaknya beban gaji dan imbalan per 30 Juni 2022 sebesar Rp 7,41

juta, dimana hal ini jika dipresentasikan mencapai 38.66% dari total beban yang ditanggung oleh perusahaan. Tidak hanya itu, harga saham juga melemah hingga 40% sejak diperdagangkan pada bulan April 2022 hingga November 2022. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan adanya *pandemic* Covid-19 yang mempengaruhi kondisi ekonomi global yang signifikan dan berdampak pada kondisi ekonomi makro. Oleh karena itu, GoTo mengambil keputusan untuk *me-layoff* karyawannya guna meningkatkan efisiensi perusahaan dengan mengoptimalkan operasional perusahaan, serta guna mempersiapkan perusahaan untuk tumbuh di masa depan.

Menurut pengamat pasar modal dari Universitas Indonesia, Budi Frensidy, langkah untuk menuju profitabilitas harus dilakukan oleh perusahaan. Ia juga menekankan bahwa saat ini investor lebih memilih profitabilitas daripada pertumbuhan. Manajemen GOTO mengatakan bahwa langkah ini diambil untuk membuat perusahaan menjadi lebih cepat tanggap dan mampu menjaga tingkat pertumbuhan. Mereka juga mengatakan bahwa keputusan ini diambil untuk meningkatkan efisiensi perusahaan. Sedarmayanti (2010) mendefinisikan efisiensi sebagai tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat penggunaan sumber daya, maka semakin efisien proses tersebut.

Untuk menilai efisiensi perusahaan, dapat dilakukan analisis rasio keuangan. Menurut Munawir (2010), analisis rasio keuangan digunakan untuk menggambarkan hubungan atau perimbangan antara suatu jumlah tertentu dengan jumlah yang lain menggunakan rasio sebagai alat analisis. Rasio ini memberikan gambaran baik atau buruknya posisi keuangan suatu perusahaan terutama jika dibandingkan dengan rasio pembanding yang digunakan sebagai standar. Dengan demikian, analisis rasio keuangan merupakan metode yang efektif untuk menilai efisiensi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti bermaksud mengevaluasi tepat atau tidaknya keputusan *layoff* karyawan yang dilakukan oleh PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO). Maka penelitian ini diberi judul “**Pengambilan Keputusan *Layoff* Karyawan (Studi Kasus Pada PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO))**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan oleh peneliti, maka peneliti merumuskan masalah, yaitu :

1. Apakah keputusan *layoff* karyawan yang dilakukan oleh PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) sudah tepat jika dianalisis berdasarkan indikator internal dan analisis rasio keuangan berupa rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio pertumbuhan untuk menjalankan efisiensi perusahaan?
2. Apakah efek berkesinambungan dari keputusan *layoff* karyawan yang dilakukan oleh PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) terhadap citra perusahaan berdasarkan analisis menggunakan teori Pengambilan Keputusan Taktis Hansen Mowen ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Seberapa tepat keputusan *layoff* karyawan yang telah diambil oleh PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) berdasarkan hasil analisis menggunakan indikator internal dan analisis rasio keuangan berupa rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio pertumbuhan dalam menjalankan efisiensi perusahaan.
2. Efek kesinambungan keputusan *layoff* karyawan yang telah diambil oleh PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO) terhadap citra perusahaan berdasarkan hasil analisis menggunakan teori Pengambilan Keputusan Taktis Hansen Mowen.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dari diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teori

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan dan informasi bagi para pembaca.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran berupa evaluasi dalam perencanaan atau membuat keputusan yang berkaitan dengan *layoff* karyawan.