

BAB II

DASAR TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 *Startup*

Definisi *Startup*

Perusahaan *startup* atau perusahaan rintisan atau perusahaan pemula merupakan jenis badan usaha yang baru didirikan. Kiwe (2018) menjelaskan bahwa awalnya *startup* hanya menawarkan produk atau jasa yang banyak dicari dan dibutuhkan oleh masyarakat dengan jangkauan pasar yang terbatas. *Startup* selalu dikaitkan dengan penggunaan teknologi informasi pada produknya. Baskoro (2021) menyatakan bahwa jika usaha tidak memanfaatkan unsur teknologi informasi, maka usaha tersebut dapat dianggap sebagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Eric Ries (2011) mengemukakan bahwa *startup* adalah kelompok orang yang menciptakan dan menjual produk atau layanan baru dengan model bisnis yang belum pasti, sehingga menghadapi keadaan pasar yang berubah-ubah dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi. Yevgeniy Brikman (2015) menyatakan bahwa *startup* digital adalah sebuah organisasi perusahaan rintisan yang memproduksi produk teknologi melalui kerja sama tim yang terdiri dari beberapa individu.

Berdasarkan pengertian diatas *startup* adalah perusahaan yang lekat dengan dunia teknologi atau digital. *Startup* harus siap memasuki pasar bebas di dunia digital yang luas, dimana teknologi semakin maju. Hal ini memungkinkan *startup* untuk menjangkau seluruh konsumen dan memperluas pangsa pasar mereka melalui ekspansi pasar yang besar-besaran.

2.2 Efisiensi

2.2.1 Definisi Efisiensi

Dalam tata usaha, penyederhanaan pekerjaan seringkali dilakukan dengan berlandaskan pada prinsip efisiensi, dimana hasil yang maksimal diperoleh dengan upaya seminimal mungkin. Menurut KBBI, efisiensi merujuk pada ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang waktu, tenaga, biaya); kedayagunaan; ketepatangunaan; dan kesangkilan dalam menjalankan suatu kegiatan tanpa membuang waktu, tenaga, ataupun biaya yang berlebihan. Sedarmayanti (2010) menyatakan bahwa

efisiensi merupakan ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses, dimana semakin hemat penggunaan sumber daya, maka semakin efisien proses tersebut. Kemudian dalam hal ini Soekartawi (2006) juga menjelaskan bahwa efisiensi adalah usaha untuk menggunakan *input* seminimal mungkin dalam menghasilkan *output* sebesar-besarnya. Efisien sendiri berkaitan erat dengan ketepatan waktu tanpa harus mengeluarkan biaya atau *cost* yang berlebihan. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa efisiensi adalah ukuran antara rencana kerja dengan hasil kerja.

2.2.2 Prinsip Efisiensi

Prinsip sangat penting dalam dunia kerja karena memberikan pedoman bagi organisasi untuk mencapai efisiensi yang optimal dan mencapai tujuan yang diinginkan. Handoko (2016) menyatakan bahwa terdapat tujuh prinsip efisiensi, yang meliputi:

1. Laporan yang terpercaya
2. Adanya sikap yang cakap
3. Kegiatan yang dilakukan masuk akal
4. Adanya standar, modul metoda dan waktu yang tepat
5. Balas jasa yang efisien dan adil
6. Adanya tujuan yang dirumuskan dengan jelas
7. Pemberian perintah dan pengaturan kerja

2.2.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Efisiensi

Menurut Steers (1985) ada beberapa faktor yang mempengaruhi efisiensi, yaitu;

1. Proses komunikasi
2. Adaptasi dan motivasi organisasi
3. Penyusunan tujuan strategis
4. Penyusunan tujuan strategis
5. Pencarian dan pemanfaatan SDM

Gie (2015) juga mengemukakan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efisiensi kerja yaitu:

1. Suasana kerja yang kondusif, dan
2. Dukungan satu sama lain

2.3 Pengambilan Keputusan

2.3.1 Macam – Macam Pengambilan Keputusan

Dalam pengambilan keputusan terdapat 2 jenis yaitu pengambilan keputusan taktis (*Tactical decision making*) dan pengambilan keputusan strategis (*Strategic Decision Making*).

1. Pengambilan keputusan taktis (*Tactical decision making*) dilakukan dengan mempertimbangkan waktu yang terbatas dan memiliki lingkup pandang yang terbatas pula. Keputusan yang diambil bersifat jangka pendek.
2. Sementara itu, pengambilan keputusan strategis (*Strategic Decision Making*) dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa alternatif strategi untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang.

2.3.2 Tahapan Pengambilan Keputusan

Menurut Hansen dan Mowen (2009:517), proses pengambilan keputusan terdiri dari enam tahap yang harus dilalui, yaitu:

1. Mengidentifikasi dan mengenali masalah yang dihadapi.
2. Mengidentifikasi semua alternatif yang mungkin terjadi untuk menyelesaikan masalah.
3. Mengidentifikasi *cost* dan *benefit* yang relevan untuk setiap alternatif.
4. Menghitung total manfaat dan biaya yang relevan untuk masing-masing alternatif.
5. Menilai faktor kualitatif.
6. Memilih alternatif solusi yang paling menguntungkan.

2.3.3 Tipe Pengambilan Keputusan Taktis

Menurut Hansen dan Mowen (2009:524-531), pengambilan keputusan taktis (*Tactical decision making*) atau keputusan jangka pendek terdiri dari empat jenis:

1. Membuat Sendiri atau Membeli

Setiap manajer perusahaan pasti akan pada keputusan penting dalam proses pengadaan dan penggunaan material untuk produksi, yaitu memilih antara membeli atau membuat sendiri. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat memilih opsi yang paling tepat dan efektif untuk mencapai tujuan bisnisnya..

2. Menghentikan atau Melanjutkan produksi

Dalam aktivitas manajemen, terkadang dibutuhkan keputusan untuk memutuskan apakah produksi suatu lini produk harus dihentikan atau dilanjutkan. Untuk memudahkan pengambilan keputusan, manajemen perlu melakukan evaluasi terhadap kinerja produk dengan mempertimbangkan informasi yang tercantum dalam laporan segmentasi dan biaya relevan. Dengan demikian, manajemen dapat memilih opsi yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja produk dan memaksimalkan pendapatan perusahaan.

3. Pesanan Khusus

Pesanan khusus merujuk pada pesanan yang dipesan oleh pelanggan dengan harga khusus. Ketika perusahaan memiliki kapasitas produksi yang tidak terpakai, keputusan untuk menerima atau menolak pesanan khusus akan dipertimbangkan secara cermat. Hal ini dilakukan guna memaksimalkan penggunaan sumber daya perusahaan dan mempertahankan keuntungan yang optimal.

4. Menjual atau Memproses Lebih Lanjut

Manajemen perlu mempertimbangkan apakah akan menjual atau memproses lebih lanjut produk yang diproduksi guna memperoleh tambahan pendapatan. Keputusan ini harus dipertimbangkan secara cermat untuk memastikan bahwa perusahaan memperoleh pendapatan yang optimal. Oleh

karena itu, manajemen perlu melakukan evaluasi dan analisis terhadap berbagai faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, serta keuntungan potensial dari masing-masing opsi untuk menentukan tindakan yang paling menguntungkan bagi perusahaan.

2.3.4 Kriteria Pengambilan Keputusan Memberhentikan atau Mempertahankan Produk

Dalam pengambilan keputusan mengenai penghentian atau pemertahanan suatu produk, manajemen perusahaan memiliki beberapa kriteria yang dijadikan sebagai acuan. Kriteria-kriteria tersebut meliputi:

1. Penurunan volume penjualan produk.
2. Penurunan penjualan suatu produk sebagai bagian persentase dari total penjualan.
3. Penurunan pangsa pasar.
4. Kenaikan berbagai biaya tanpa adanya kenaikan penjualan produk.

2.4 Layoff

2.4.1 Definisi Layoff

Layoff memiliki arti yang sama dengan PHK (Pemutusan Hubungan Kerja). Menurut Undang – Undang Ketenagakerjaan No.13 Tahun 2003 Bab I Pasal 1 ayat (25), PHK diartikan sebagai pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antara pekerja/buruh dan pengusaha. Kemudian, Halim A Ridwan (2020) menyatakan bahwa Pemutusan Hubungan Kerja adalah suatu langkah pengakhiran hubungan kerja antara buruh dan majikan karena suatu hal tertentu. Berdasarkan kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa PHK merupakan kondisi dimana pekerja berhenti bekerja dari majikan atau perusahaannya karena alasan tertentu.

2.4.2 Jenis – Jenis Layoff

Dalam Undang-Undang No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan telah diatur jenis-jenis pemutusan hubungan kerja, sebagai berikut:

1. PHK karena Pailit
2. PHK karena mengundurkan diri
3. PHK karena pekerja/buruh meninggal dunia
4. PHK karena Likuidasi Perusahaan
5. PHK karena pekerja/buruh pensiun
6. PHK karena permohonan pekerja/buruh
7. PHK karena sakit dan/atau cacat total tetap
8. PHK karena pekerja/buruh mangkir
9. PHK Kerja karena kesalahan berat
10. PHK karena perubahan Status, *Merger*, Konsolidasi, atau Akuisisi Perusahaan
11. PHK karena pekerja/buruh ditahan
12. PHK karena pekerja/buruh melanggar perjanjian kerja

Adapun jenis PHK menurut Adrian S (2015) adalah sebagai berikut :

1. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan oleh majikan /pengusaha, terjadi karena keinginan dari pihak pengusaha yang didasarkan pada persyaratan dan prosedur tertentu
2. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan oleh pekerja/buruh, terjadi karena keinginan dari pihak pekerja yang didasarkan pada alasan tertentu dan prosedur yang telah ditetapkan
3. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan demi hukum merupakan PHK yang terjadi secara otomatis tanpa adanya tindakan, seperti berakhirnya waktu kontrak kerja atau meninggalnya pekerja
4. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) oleh pengadilan (PHI), terjadi melalui putusan pengadilan karena alasan – alasan yang penting dan mendadak, seperti peralihan kepemilikan, peralihan aset, atau kebangkrutan.

2.5 Analisis Rasio Keuangan

2.5.1 Pengertian Analisis Rasio Keuangan

Menurut Munawir (2010), analisis rasio keuangan dapat digunakan untuk memperlihatkan hubungan atau perimbangan antara jumlah tertentu dengan jumlah yang lain dalam suatu perusahaan. Analisis ini menggunakan rasio-rasio sebagai alat

untuk memberikan gambaran baik atau buruknya posisi keuangan perusahaan, terutama ketika angka rasio tersebut dibandingkan dengan rasio pembanding yang digunakan sebagai standar. Sementara itu, menurut Warsidi dan Bambang yang dikutip oleh Fahmi (2014), analisis rasio keuangan merupakan instrumen analisis yang digunakan untuk menunjukkan perubahan kondisi keuangan perusahaan melalui berbagai hubungan dan indikator keuangan.

2.5.2 Keunggulan dan Kelemahan Analisis Rasio Keuangan

Menurut Sofyan Syafri Harahap dalam Fahmi (2014), analisis rasio keuangan mempunyai keunggulan sebagai berikut:

1. Rasio merupakan angka-angka atau ikhtisar statistik yang lebih mudah dibaca dan ditafsirkan.
2. Mengetahui posisi perusahaan ditengah industri lain.
3. Menstandarisasi *size* perusahaan.
4. Lebih mudah melihat tren perusahaan serta melakukan prediksi di masa yang akan datang.
5. Merupakan pengganti yang lebih sederhana dari informasi yang disajikan laporan keuangan yang sangat rinci dan rumit.
6. Lebih mudah memperbandingkan perusahaan dengan perusahaan lain atau melihat perkembangan perusahaan secara periodik atau *time series*.
7. Sangat bermanfaat untuk bahan dalam mengisi model – model pengambilan keputusan dan model prediksi

Menurut Kasmir (2013), analisis rasio keuangan memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti:

1. Data keuangan yang digunakan dalam analisis rasio keuangan didasarkan pada data akuntansi yang kemudian ditafsirkan dengan berbagai cara.
2. Pelaporan keuangan yang berbeda dapat menyebabkan hasil laba yang dilaporkan berbeda pula, tergantung pada prosedur pelaporan keuangan yang digunakan
3. Terdapat kemungkinan adanya manipulasi data dalam penyusunan laporan keuangan, dimana pihak penyusun tidak jujur dalam memasukan angka –

angka dalam laporan keuangan yang mereka rancang sehingga hasil perhitungan rasio keuangan tidak mencerminkan kondisi perusahaan yang sesungguhnya.

4. Perlakuan pengeluaran untuk biaya-biaya antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya berbeda-beda.
5. Penggunaan tahun fiskal yang berbeda dan pengaruh musiman dapat mempengaruhi hasil perhitungan dari rasio komparatif.
6. Kesamaan rasio keuangan dengan standar industri belum menjamin perusahaan berjalan normal dan dikelola dengan baik.

2.5.3 Manfaat Analisis Rasio Keuangan

Fahmi (2014:109) mencatat bahwa penggunaan rasio keuangan sebagai alat analisis memberikan beberapa manfaat penting dalam penilaian kinerja dan prestasi perusahaan.

1. Analisis rasio keuangan bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja perusahaan.
2. Kedua, analisis rasio keuangan menjadi referensi penting bagi pihak manajemen dalam merencanakan kegiatan perusahaan.
3. Analisis rasio keuangan dapat digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan suatu perusahaan. Selain itu, analisis rasio keuangan juga memberikan manfaat bagi para kreditur untuk memperkirakan risiko terkait dengan jaminan pembayaran bunga dan pengembalian pokok pinjaman.
4. Analisis rasio keuangan dapat digunakan sebagai alat penilaian oleh para stakeholder perusahaan.

2.5.4 Jenis – Jenis Rasio Keuangan

Menurut Kasmir (2010), analisis laporan keuangan perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan enam rasio keuangan, yaitu :

1. Rasio Likuiditas, mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek.

2. Rasio Solvabilitas atau *leverage ratio*, digunakan untuk mengukur tingkat pembiayaan aset perusahaan dengan utang.
3. Rasio Profitabilitas, digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan.
4. Rasio Aktivitas, digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki oleh perusahaan.
5. Rasio Pertumbuhan, mengindikasikan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi ekonominya di tengah pertumbuhan perekonomian dan sektor usahanya.
6. Rasio Penilaian, memberikan ukuran kemampuan manajemen menciptakan nilai pasar yang lebih tinggi dari biaya investasi.

2.5.5 Rasio Likuiditas

Menurut Kasmir (2013), rasio likuiditas adalah sebuah indikator yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek seperti utang. Dalam penelitiannya, Kasmir (2013) menyebutkan bahwa terdapat empat rasio likuiditas yang biasa digunakan oleh perusahaan, yaitu Rasio Lancar (*Current ratio*), Rasio Kas (*Cash Ratio*), Rasio Cepat (*Quick Ratio*), dan Rasio Perputaran Kas (*Cash Turnover*). Kasmir (2013) juga menegaskan bahwa perusahaan yang memiliki rasio likuiditas yang tinggi cenderung lebih mampu membayar kewajiban utang secara tepat waktu. Pendapat ini sejalan dengan Harahap (2010) yang juga menyatakan bahwa rasio likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas merupakan indikator penting yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan.

1. Rasio Lancar (*Current ratio*)

Rasio Lancar (*Current ratio*) adalah sebuah rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang akan jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Menurut rumus yang digunakan, *Current ratio* dapat dihitung dengan membagi total aset lancar dengan total hutang lancar perusahaan. Namun, tidak hanya besar kecilnya perbedaan antara aset lancar dan hutang lancar yang

penting dalam mengukur likuiditas, melainkan juga hubungan antara keduanya yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengembalikan hutang. Standar industri untuk rasio Lancar adalah 200% atau setara dengan 2 kali lipat. Dalam penelitian ini, *Current ratio* digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

2.5.6 Rasio Solvabilitas (*Leverage*)

Menurut Brigham dan Houston (2010), rasio solvabilitas (*leverage*) adalah sebuah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan melalui utang (*financial leverage*). Sementara itu, menurut Kasmir (2010), rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah sebuah indikator yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana aset perusahaan didanai oleh hutang. Dengan kata lain, rasio solvabilitas digunakan untuk menilai seberapa besar beban utang yang harus ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan aset yang dimilikinya. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa rasio solvabilitas merupakan sebuah rasio yang penting untuk mengukur besarnya aset perusahaan yang didanai melalui hutang.

Adapun rasio solvabilitas yang umum digunakan menurut Kasmir (2013) adalah Rasio Hutang (*Debt Ratio*), Rasio Hutang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*), *Long-Term Debt to Equity Ratio*, dan *Time Interest Earned*. Dalam penelitian ini, rasio-rasio tersebut akan digunakan sebagai indikator untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan.

1. Rasio hutang terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*)

Debt to Equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur hubungan antara utang dan ekuitas perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membandingkan total utang, termasuk utang jangka pendek, dengan total ekuitas. Dalam penggunaannya, rasio ini membantu untuk menentukan seberapa besar dana yang disediakan oleh kreditur dibandingkan dengan pemilik perusahaan. Dengan demikian, rasio ini dapat memberikan gambaran

tentang jumlah modal sendiri yang dijadikan jaminan untuk hutang. Rata-rata standar industri untuk *Debt to Equity ratio* adalah 80%. Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio hutang terhadap ekuitas adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

2.5.7 Rasio Profitabilitas

Menurut Munawir (2010), rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode tertentu. Kemudian, menurut Harahap (2010:304), rasio rentabilitas atau profitabilitas dapat menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba melalui berbagai kemampuan dan sumber daya seperti penjualan, kas, modal, karyawan, dan cabang. Sartono (2010) juga menjelaskan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam kaitannya dengan penjualan, total aset, dan modal sendiri.

Kasmir (2013) mengidentifikasi beberapa jenis rasio profitabilitas, antara lain *Net Profit Margin*, *Gross Profit Margin (GPM)*, *Return On Investment (ROI)*, *Return On Equity (ROE)*, dan *Earnings Per Share*. Dalam penelitian ini, rasio yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. *Net Profit Margin*

Net Profit Margin merupakan salah satu rasio keuangan yang penting dalam mengukur profitabilitas suatu perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar keuntungan bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dari setiap penjualan. Dalam perhitungannya, *Net Profit Margin* membandingkan antara laba bersih setelah dipotong bunga dan pajak dengan total penjualan. Adapun standar industri yang umumnya digunakan untuk *Net Profit Margin* adalah sebesar 20%. Untuk menghitung *Net Profit Margin*, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2.5.8 Rasio Pertumbuhan

Menurut Fahmi (2012), *Growth* dapat didefinisikan sebagai rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk mempertahankan posisinya di industri dan dalam pertumbuhan ekonomi secara umum. Rasio pertumbuhan ini dapat diukur dari beberapa aspek seperti penjualan (*sales*), *Earning After Tax* (EAT), laba per lembar saham, dividen per lembar saham, dan harga pasar per lembar saham. Selain itu, Widarjo dan Setiawan (2009) mendefinisikan pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*) sebagai kemampuan perusahaan dalam waktu tertentu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, maka semakin berhasil pula perusahaan dalam menjalankan strateginya. Kasmir (2012) menyatakan bahwa rasio pertumbuhan dapat diukur menggunakan beberapa indikator seperti Pertumbuhan Penjualan (*Sales Growth*) dan Pertumbuhan Laba Bersih. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan indikator rasio tersebut sebagai acuan untuk mengevaluasi pertumbuhan perusahaan. :

1. Pertumbuhan penjualan (*Sales Growth*)

Pertumbuhan penjualan mengindikasikan sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan penjualannya dibandingkan dengan total penjualan secara keseluruhan. Rumus dari *Sales Growth* adalah:

$$\text{Sales Growth} = \frac{\text{Sales}_t - \text{Sales}_{t-1}}{\text{Sales}_{t-1}}$$