#### **BAB II**

## TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

## A. Kajian Teori

#### 1. Frainchise

Berdasarkan (Indonesia 2007) *Frainchise* atau waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
- Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Frainchisor merupakan pemilik merek dagang yang meminjamkan hak merek dagangnya beserta sistem usahanya.

Frainchiser merupakan pihak yang meminjam atau membeli merek dagang beserta sistem usahanya dari Frainchisor.

## 2. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan kegiatan pengolahan sumber data organisasi untuk mencapai tujuan organisasi.

Penilaian dan pengendalian dalam setiap perusahaan dilakukan oleh manajemen perusahaan yang berupa penilaian kinerja atau prestasi seorang manajer. Penilaian tersebut dilakukan dengan cara menilai dan membandingkan data keuangan perusahaan selama periode berjalan tertentu. Dalam hal ini, hasil laporan keuangan yang disajikan dapat dijadikan sebagai penilaian kinerja seorang manajer pada usaha tersebut (Rahmad 2014).

#### a. Rasio Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit atau laba. Profitabilitas adalah suatu keahlian dalam mencari keuntungan yang berkaitan dengan penjulan, total aset maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas yaitu rasio yang dipakai guna menilai kecakapan perusahaan dalam memperoleh margin. Selain itu rasio ini dapat mengukur keefektifan manajemen yang digambarkan dari margin yang diperoleh dari penjualan ataupun pendapatan investasi. Rasio profitabilitas yang dipakai yaitu *Return on Asset*, karena dianggap mampu menggambarkan perusahaan dalam mencari margin sehingga para investor dapat mengetahui informasi manajemen dalam mengelola perusahaan (Luntungan, Pelleng et al. 2021).

Menurut (Shofwatun, Kosasih et al. 2021) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari total modal yang digunakan. Menurut (Shofwatun, Kosasih et al. 2021) menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan

untuk menganalisis kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.
Rasio ini juga mengukur efektivitas tata kelola perusahaan. Ini menunjukkan hasil penjualan dan investasi. Intinya adalah menggunakan metrik ini menunjukkan efisiensi bisnis.

## 1) Net Profit Margin

Net Profit Margin atau Margin laba bersih adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini dihitung dari laba bersih setelah pajak terhadap penjualan (Shofwatun, Kosasih et al. 2021).

Angka ini menunjukkan berapa besar pendapatan bersih yang berasal dari penjualan. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik, karena dianggap kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang cukup tinggi (Shofwatun, Kosasih et al. 2021).

### 2) Return On Asset

Return on Asset atau pengembalian investasi pada aset adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Pengembalian investasi pada aset adalah rasio keuntungan setelah pajak (Shofwatun, Kosasih et al. 2021).

### 3) Return On Equity

Return on equity atau pengembalian ekuitas adalah rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak atas ekuitas. Indikator ini

menunjukkan penggunaan ekuitas yang efektif. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan diperkuat dan sebaliknya (Shofwatun, Kosasih et al. 2021).

### b. Rasio Likuiditas

Menurut (Cholil 2021) merupakan indikator yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio ini mengacu pada aktiva lancar dan kewajiban lancar. Unsur berubah sangat cepat karena bersifat cair. Hubungan ini sangat penting bagi kreditur, pemasok, dan karyawan.

## 1) Current Ratio (Rasio Lancar)

Rasio ini adalah metrik yang biasa digunakan untuk menilai likuiditas dan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang jangka pendek (Cholil 2021).

# 2) Quick Ratio (Rasio Cepat)

Rasio cepat digunakan untuk mengukur kemampuan aktiva lancar untuk membayar kewajiban lancar dikurangi persediaan (Cholil 2021).

### c. Rasio Manajemen Aset

Rasio manajemen aset adalah rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan mengelola asetnya. Rasio ini memberikan indikasi apakah aset perusahaan memadai atau tidak (Reza and Kartawinata 2015).

## a) Days Sales Outstanding (DSO)

Days Sales Outstanding merupakan ratio yang digunakan untuk menilai piutang usaha dengan membagi hari penjualan ratarata. Rasio ini menunjukkan lamanya waktu rata-rata perusahaan harus menunggu setelah melakukan penjualan dan belum menerima kas (Reza and Kartawinata 2015).

## b) Fixed Asset Turnover Ratio (Rasio Perputaran Aset Tetap)

Fixed Asset Turnover Ratio adalah rasio yang mengukur seberapa efisien perusahaan menggunakan aset tetap mereka (Reza and Kartawinata 2015).

### c) Total Asset Turnover Ratio (Rasio Perputaran Total Aset)

Ini adalah metrik yang mengukur perputaran semua aset dengan membagi perputaran dengan total aset (Reza and Kartawinata 2015).

## 3. Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah "laporan hasil dari suatu proses". Akuntansi, yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antar data keuangan atau operasi perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut atau untuk operasional perusahaan. Laporan keuangan (*financial statement*) merupakan produk akhir dari serangkaian proses pencatatan dan pengikhtisaran data transaksi bisnis. Dengan kata lain laporan keuangan ini berfungsi sebagai alat

informasi yang menghubungkan perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan, yang menunjukkan kondisi kesehatan perusahaan dan kinerja perusahaan. Laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut (Nurhayati, Setyorini et al. 2018). Adapun urutan laporan keuangan berdasarkan proses penyajiannya adalah sebagai berikut:

## a. Laporan Rugi Laba (Income Statement)

Laporan rugi laba (*Income Statement*) merupakan laporan yang sistematis tentang pendapatan dan beban perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan ini pada akhirnya memuat informasi mengenai hasil kinerja manajemen atau hasil kegiatan operasional perusahaan, yaitu laba/rugi bersih yang merupakan hasil dari pendapatan dan keuntungan dikurangi beban dan kerugian (Nurhayati, Setyorini et al. 2018).

# b. Laporan Ekuitas Pemilik (Statement of Owner's Equity)

Laporan ekuitas pemilik (*Statement of Owner's Equity*) merupakan laporan yang menyajikan ikhtisar perubahan dalam ekuitas pemilik suatu perusahaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan ini sering disebut laporan perubahan modal (Nurhayati, Setyorini et al. 2018).

## c. Neraca (Balance Sheet)

Neraca (*Balance Sheet*) merupakan laporan yang sistematis tentang posisi aset, kewajiban dan ekuitas perusahaan pertanggal tertentu.

Tujuannya adalah untuk menggambarkan posisi keuangan perusahaan (Nurhayati, Setyorini et al. 2018).

### d. Laporan Arus Kas (Statement of Cashflow)

Laporan arus kas (*Statement of Cashflow*) merupakan laporan yang menggambarkan arus kas masuk dan arus kas keluar secara terperinci dari masing-masing aktivitas, yaitu mulai dari aktivitas operasi, aktivitas investasi, sampai pada aktivitas pendanaan/pembiayaan untuk satu periode waktu tertentu. Laporan ini menunjukkan besarnya kenaikan/penurunan bersih kas dari seluruh aktivitas selama periode berjalan serta saldo kas yang dimiliki perusahaan sampai dengan akhir periode (Nurhayati, Setyorini et al. 2018).

Laporan keuangan biasanya dilengkapi dengan catatan atas laporan keuangan (notes to the financial statement). Catatan ini merupakan bagian integral yang tidak bisa dipisahkan dari komponen laporan keuangan, yang bertujuan untuk memberikan penjelasan yang lebih lengkap mengenai informasi yang disajikan dalam laporan keuangan (Nurhayati, Setyorini et al. 2018).

## 4. Biaya

Biaya merupakan *cost* barang atau jasa yang telah digunakan untuk memperoleh pendapatan. Pendapatan adalah nilai barang yang dijual atau jasa yang diberikan. Laba atau rugi merupakan selisih anatara pendapatan dengan biaya (Siregar 2013).

Informasi biaya yang berbeda dapat dihasilkan dengan mengklasifikasi biaya secara berbeda pula. Pada dasarnya biaya dapat diklasifikasi berdasarkan:

## a. Biaya Berdasarkan Perilaku

## 1) Biaya Variabel (Variable Cost)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlah totalnya berubah sebanding dengan tenaga kerja langsung. Contoh biaya variabel adalah biaya bahan baku dan biaya tenaga kerja langsung. Apabila tingkat produksi bertambah, jumlah biaya variabel bertambah. Apabila tingkat produksi menurun, jumlah biaya variabel menurun. Namun, biaya variabel per unit tidak berubah walaupun jumlah biaya berubah sesuai dengan perubahan aktivitas (Siregar 2013).

## 2) Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tidak terpengaruh oleh tingkat altivitas dalam kisaran tertentu. Walaupun tingkat aktivitas meningkat atau menurun, jumlah biaya tetap tidak berubah. Meskipun demikian, biaya tetap per unit akan berubah seiring dengan perubahan tingkat aktivitas. Apabila tingkat aktivitas meningkat, biaya tetap per unit menurun. Sebaliknya, apabila tingkat aktivitas menurun, biaya tetap per unit akan meningkat (Siregar 2013).

## 3) Biaya Campuran (*Mixed Cost*)

Biaya campuran adalah biaya yang memiliki karakteristik biaya variabel dan sekaligus biaya tetap. Sebagian unsur biaya campuran berubah sesuai dengan perubahan aktivitas. Sementara, Sebagian unsur biaya campuran yang lain tidak berubah walaupun tingkat aktivitas rendah (Siregar 2013).

# 5. Efisiensi Perusahaan

Efisiensi perusahaan digunakan untuk menunjukkan efektivitas manajemen dalam mengelola aset yang digunakan oleh perusahaan. Dengan menghitung tingkat perputaran kas akan dapat diketahui sampai sejauh mana tingkat efisiensi yang dapat dicapai perusahaan dalam mengelola kas untuk mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri (Siregar 2013).

### 6. Strategi Lokasi

Salah satu faktor terpenting ketika menjalankan usaha adalah pemilihan lokasi. Dalam menentukan lokasi Alfamart, *frainchisee* dituntut untuk selektif dan penuh perhitungan. Hal ini disebabkan, lokasi sangat mempengaruhi prospek usaha *frainchise* ke depannya. Terutama dalam soal keuntungan yang didapat (Alfamart 2022).

## a. Dekat Target Pasar

Langkah pertama dalam menentukan lokasi *frainchise* Alfamart adalah menentukan siapa target pasar yang akan membeli produk. Sebelum *frainchisee* menentukan lokasi usaha yang akan dibidik, *frainchisee* harus memperhatikan terlebih dahulu jenis usaha yang akan

dijalani, karena perencanaan lokasi *frainchise* Alfamart yang matang akan membuat masa depan usaha *frainchisee* semakin menjanjikan (Alfamart 2022).

### b. Mudah Terlihat

Selanjutnya, memilih lokasi *frainchise* Alfamart yang strategis dengan area parkir yang memadai, serta dekat dengan akses jalan. Dengan lokasi yang gampang terlihat, maka gerai akan menarik lebih banyak pengunjung. Dengan keberadaan area parkir pun tak jarang menjadi pertimbangan seseorang untuk mengunjungi gerai atau tidak (Alfamart 2022).

### c. Keramaian Lokasi

Mencari lokasi *frainchise* Alfamart yang ramai dengan melakukan survey kawasan yang akan dijadikan lahan untuk membangun gerai Alfamart. Dalam survey ini, *fraichisee* akan ditemani langsung oleh pihak surveyor Alfamart. Dengan lokasi waralaba Alfamart yang ramai, tidak menutup kemungkinan sosialisasi penjualan kelak berjalan lebih maksimal, seiring dengan ramainya kendaraan dan orang berlalu-lalang. Mayoritas pengunjung juga akan lebih memilih tempat yang ramai (Alfamart 2022).

#### d. Kemudahan Akses Jalan

Memperhatikan akses jalan di sekitar lokasi waralaba Alfamart yang akan pilih. Misalnya, dekat dengan jalan raya. Akses jalan yang mudah menuju gerai frainchisee tentu akan membuat konsumen tertarik untuk berbelanja (Alfamart 2022).

#### e. Memiliki Legalitas Usaha

Frainchisee juga harus mendapatkan legalitas usaha dari lingkungan dan pemerintah agar usaha yang dijalankan berjalan dengan lancar (Alfamart 2022).  $MUH_A$ 

## B. Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian (Luntungan, Pelleng et al. 2021) yang bertujuan menganalisis kinerja keuangan dengan menggunakan rasio aktivitas dan rasio profitabilitas pada PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa rasio aktivitas, dengan indikator pengukuran melalui perputaran piutang usaha, perputaran persediaan, perputaran modal kerja, perputaran aset tetap dan perputaran total aset. Dengan hasil kinerja keuangan PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk selama periode 2017-2020 diukur dari perputaran persediaan dan perputaran modal kerja berada dalam keadaan "kurang baik" sedangkan untuk perputaran piutang usaha, perputaran aset tetap dan perputaran total aset berada dalam keadaan "baik". Rasio profitabilitas, dengan indikator pengukuran melalui hasil pengembalian atas aset, hasil pengembalian atas ekuitas, margin laba kotor, margin laba operasional dan margin laba bersih. Dengan hasil kinerja keuangan PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk selama periode 2017-2020 diukur dari hasil pengembalian atas aset, hasil pengembalian atas ekuitas, margin laba kotor, margin laba operasional dan margin laba bersih berada dalam keadaan "kurang baik".

Menurut penilitian (Yosefhine, Melodya et al. 2022) yang bertujuan membandingkan *Strategi Competitive Analysis* antara Indomaret dan Alfamart menggunakan metode *Analisis Porter's Five Forces* Indomaret dan Alfamart merupakan perusahaan waralaba retail besar yang berkembang di Indonesia dan masih berlanjut hingga detik ini. Keduanya memiliki ciri khas dan persepsi yang berbeda-beda baik menurut masyarakat maupun menurut segi perusahaannya. Dalam hal ini, kedua perusahaan juga punya kekuatan dan kelemahan masing-masing dengan menggunakan analisis *Five Porter's Forces*. Dalam kaitannya dengan ancaman dari para pesaing, kedua perusahaan sama-sama melakukan pendekatan kepada pelanggan dengan Indomaret memanfaatkan promo *bundling* dan diskon. Sedangkan Alfamart melakukan pendekatan dengan memberikan kartu member kepada pelanggannya untuk mendapatkan *engagement* antara perusahaan dengan pelanggan (Yosefhine, Melodya et al. 2022).

Kemudian dalam laporan keuangan, kedua perusahaan mempunyai keseimbangan dari segi pengeluaran dan pemasukannya. Jadi, dapat disimpulkan jika kedua perusahaan memiliki strategi masing-masing dalam mengelola operasional, keuangan dan pemasarannya. Baik Alfamart dan Indomaret masing-masing memiliki kekuatan di dalamnya dan berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggannya. Kedua perusahaan sama-sama bergerak dalam bidang waralaba retail yang bukan hanya berkembang di satu daerah saja, tetapi juga banyak daerah. Para pesaing bukan menjadi hal yang besar bagi Indomaret maupun Alfamart karena keduanya sama-sama

punya nama yang melekat di hati masyarakat. Selain itu, baik Alfamart maupun Indomaret sama—sama bukan mencari keuntungan pribadi perusahaan saja, tetapi juga memenuhi kepuasan dari para pembeli. Oleh karena itu, kedua perusahaan dapat dikatakan memiliki hasil analisis yang baik menurut *Five Porter's Analysis* yang digunakan (Yosefhine, Melodya et al. 2022).

