

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Dari penelitian yang dilakukan oleh Ardi (2020), Temuan studi ini menunjukkan bahwa penerapan *Balanced Scorecard* dari berbagai sudut memberikan hasil positif ketika mempertimbangkan berbagai komponen proses bisnis internal dari perspektif bisnis internal. Perspektif pertumbuhan, 20% dari seluruh komponen dalam teknik *Balanced Scorecard* diberi skor untuk komponen ini. Perspektif pelanggan, 20 konsumen yang sebagian besar adalah pejabat publik atau pegawai swasta, diberikan kuesioner sebagai bagian dari studi perspektif pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sumban, Zuhroh dan Parawiyati (2021) terkait penilain kinerja untuk melakukan rancang ulang strategi bersaing didapatkan hasil penelitian yaitu, penggunaan *balanced scorecard* dikatakan baik, dapat dilihat pada perhitungan kinerja perspektif keuangan (margin laba kotor, margin Laba Operasi dan perhitungan ROA) memperlihatkan kinerja yang sangat bagus. Dari sisi klien, hotel Kusuma Agrowisata diketahui mengalami peningkatan jumlah pelanggan sebesar 12% sehingga upaya akuisisi pelanggannya terbilang berhasil. Skor rata-rata sebesar 3,92 dari sisi bisnis internal menunjukkan tingkat efisiensi strategis yang sangat efisien; hotel, khususnya, merespons keluhan dan ketidakpuasan tamu lebih baik dari rata-rata (4,56), menyediakan layanan untuk reservasi dasar (4,26), dan membuat layanan mudah diakses (4,13). Perspektif Pertumbuhan: Mayoritas karyawan sangat senang bekerja di hotel Kusuma Agrowisata, terlihat dari rata-rata skor pertanyaan sebesar 3,59, lebih tinggi dari rata-rata.

Fatima dan Elbanna (2020) *Balanced Scorecard* mempunyai dampak yang signifikan baik dari sudut pandang keuangan maupun non-keuangan, terbukti dari literatur bahwa BSC telah mencakup berbagai disiplin ilmu sejak awal berdirinya pada tahun 1992. Penelitian terkait pertumbuhan atau perubahan dilakukan dengan menggunakan metode *Balanced Scorecard*. Kinerja yang ada dalam sistem

pengukuran yang hanya berfokus pada pengukuran *financial*, BSC mencapai tingkat penggunaan yang lebih tinggi dengan menggunakan perspektif *financial* dan *non-financial*. Seiring berjalannya waktu, penerapan BSC telah berkembang pesat dan masih dapat berkembang.

Pada penelitian Ardiansyah (2019) Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa BSC telah memberikan dampak karena semua sudut pandang BSC yang digunakan dalam penelitian ini telah meningkat, rasio yang digunakan untuk menilai perspektif keuangan telah menunjukkan hasil yang menjanjikan, dan retensi pelanggan serta perspektif pelanggan bervariasi antara tahun 2014 dan 2015. Berdasarkan temuan survei 15 pertanyaan yang memiliki skor berkisar antara 1 sampai 5, tingkat kepuasan karyawan Aston Braga Hotel & Residence Bandung secara keseluruhan adalah 382.

Hartati (2022) mengklaim dalam penelitiannya bahwa dengan menggunakan empat sudut pandang *Balanced Scorecard* dan data BSC, dapat ditentukan bahwa Hotel Segara Lombok Lodge berkinerja cukup baik selama periode pengendalian Covid-19 tahun 2021.

2.2 Kajian Teori

1. Kinerja Perusahaan

Kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang menghormati moralitas, hukum, serta wewenang dan tanggung jawabnya menentukan seberapa baik kinerjanya (Maulana, 2020). Pendekatan *Balanced Scorecard* dapat digunakan oleh suatu organisasi untuk menilai kinerja perusahaan dan keuangannya. Perusahaan yang menggunakan pendekatan *balanced scorecard* dalam mengukur kinerjanya harus membutuhkan pemahaman yang menyeluruh terkait apa yang dibutuhkan dalam kinerja perusahaan yang bisa disesuaikan dengan perspektif yang dimiliki oleh *balanced scorecard*.

Hadiwijaya dan Mintarsih (2021) menunjukkan bahwa catatan hasil yang dihasilkan (dibuat) untuk suatu pekerjaan atau aktivitas tertentu selama jangka waktu yang telah ditentukan itulah yang termasuk dalam kinerja.

Kinerja pada hakikatnya adalah hasil usaha individu atau kelompok dalam suatu organisasi dalam kaitannya dengan kewenangan dan tugas tertentu yang dimilikinya, atau tingkat keberhasilan keseluruhan yang dimiliki individu dalam melaksanakan kewajibannya selama jangka waktu yang telah ditentukan (Nur Safitri dan Kasmari, 2022).

Kemampuan organisasi untuk menangani keuangannya dengan baik sangat penting bagi keberhasilan jangka panjangnya. Perusahaan dapat mencapai tujuan keuangannya dan memperkuat pengendalian anggaran dengan mengoptimalkan nilai perusahaan melalui pengelolaan keuangan yang baik (Muthmainnah, Mila dan Ichfan, 2019). Keuangan pada perusahaan juga akan meningkat dan berjalan dengan baik apabila kinerja suatu perusahaan berjalan dengan efisien atau digunakan dengan sebaik mungkin.

Kinerja keuangan adalah analisis seberapa baik suatu bisnis mengelola keuangannya dengan menggunakan pedoman yang tepat. Ini mengukur keberhasilan ini (Kurniasari, Ginting dan Putra Pratama, 2023). “Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat digunakan untuk menggambarkan kesehatan keuangannya secara keseluruhan selama periode akuntansi tertentu, termasuk kekhawatiran terkait peningkatan dan alokasi modal. Hal ini biasanya diukur menggunakan metrik seperti profitabilitas, likuiditas, dan kecukupan modal” (Dharma, Ramadhani dan Reitandi, 2023).

Kinerja keuangan dapat dihitung tidak hanya dengan pendekatan *Balanced Scorecard* tetapi juga dengan *Economic Value Added* (EVA). Pengukuran kinerja keuangan yang disebut EVA mengukur kapasitas bisnis untuk menghasilkan nilai ekonomi tambahan bagi investor (Melinda Sarapi, Pangemanan dan T Gerungai, 2022). EVA, atau nilai tambah ekonomi, adalah statistik untuk mengevaluasi kinerja keuangan. Laba operasi setelah pajak (NOPAT) dihitung dengan mengalikan biaya modal perusahaan dengan modal yang diinvestasikan pada awal periode dan menggunakan selisih ini (Haksanggulawan, Hajar dan Putera, 2023).

2. Analisis Laporan Keuangan

Frasa “analisis laporan keuangan” dibentuk dari kata “analisis” dan “laporan keuangan”. Laporan keuangan merupakan gambaran terorganisir mengenai situasi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas, sedangkan analisis memecah masalah atau permasalahan dan memperjelas hubungan antara bagian-bagian komponennya untuk memungkinkan pemahaman keseluruhan (Toto, 2019).

Dengan memecah komponen informasi penting laporan keuangan menjadi segmen yang lebih kecil dan lebih mudah dikelola dan kemudian mencari korelasi penting antara data kuantitatif dan non-kuantitatif, analisis laporan keuangan membantu pengambil keputusan membuat pilihan yang tepat (Sari dan Hidayat, 2022). Analisis laporan keuangan berupaya untuk memvalidasi hasil atau kesimpulan yang diambil dari analisis yang dilakukan. Ketika ada tujuan, analisis tambahan dapat dilakukan dengan fokus, batasan, dan hasil yang diinginkan (Said dan Amiruddin, 2017).

3. Bentuk-bentuk rasio laporan keuangan

a. Rasio Likuiditas (*liquidity ratio*)

Ukuran keuangan yang dikenal sebagai rasio likuiditas menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan likuiditas jangka pendek dengan membandingkan aset lancarnya dengan kewajiban lancarnya (Handayani, 2022). Rasio berikut dapat digunakan untuk mempelajari rasio likuiditas:

Rasio Lancar (*Current ratio*), Saat mengevaluasi kemampuan perusahaan untuk melunasi utang atau kewajiban jangka pendek yang akan jatuh tempo, rasio ini mungkin bisa membantu. Hubungan antara rasio aset lancar terhadap liabilitas perusahaan dan kemampuannya melakukan pembayaran jangka pendek meningkat.

Rasio cepat (*Quick Ratio/Acit Test Ratio*), adalah rasio yang, tanpa memperhitungkan nilai persediaan, menggambarkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang atau kewajiban saat ini dengan aset lancar.

Cash Ratio, adalah perbandingan antara kewajiban lancar dan uang tunai yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Uang tunai yang dimaksud adalah dana perusahaan yang disimpan di rekening bank dan di tempat kerja.

b. Rasio Aktivitas (*aktivitas ratio*)

Edy Firmansyah (2022) Dalam penelitiannya, ia menjelaskan rasio aktivitas, yang berguna untuk membandingkan beberapa aset dan mengetahui seberapa aktif setiap aset pada tingkat aktivitas tertentu. Sejumlah besar uang ekstra akan dibelanjakan pada aset-aset ini sebagai akibat dari rendahnya aktivitas pada tingkat penjualan tertentu. Proporsi ini dapat diselesaikan dengan menggunakan:

Perputaran Piutang, memeriksa rata-rata jumlah piutang itu juga mengevaluasi kualitas piutang, efektivitas proses penagihan piutang perusahaan, dan aturan kreditnya. Rasio ini juga dapat digunakan untuk menilai efektivitas pengelolaan piutang.

Perputaran Persediaan, mengevaluasi likuiditas perusahaan dengan menghitung seberapa baik perusahaan mengelola dan menjual inventarisnya.

Perputaran Aset Tetap, adalah teknik untuk menilai seberapa baik suatu bisnis dapat menghasilkan penjualan berdasarkan aset tetapnya.

Perputaran Total Aset, adalah rasio yang digunakan untuk menentukan seberapa efektif total aset digunakan. Manajemen harus menilai taktik yang akan digunakan dalam pemasaran, investasi, dan belanja modal jika nilai rasionya tinggi, karena hal ini menunjukkan manajemen yang efektif. Sebaliknya jika nilai rasionya rendah, berarti pengelolaannya buruk.

c. Rasio solvabilitas

Runtuwene Pelleng dan Manoppo (2019) Menurut penelitiannya, rasio solvabilitas menilai seberapa baik suatu bisnis dapat melindungi aset atau kekayaannya jika harus ditutup atau dilikuidasi untuk melunasi seluruh utangnya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Bagian penyusun rasio solvabilitas adalah:

Rasio Utang Terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*), Rasio ini akan memperjelas seberapa besar utang yang digunakan untuk mendanai aset perusahaan dibandingkan dengan ekuitas. Kewajiban dan total ekuitas juga akan dibandingkan menggunakan rasio ini. Untuk mencegah bertambahnya beban perusahaan, jumlah utang tidak boleh melebihi modal.

Rasio Utang (*Debt to Equity Ratio*), rasio yang dirancang untuk mengevaluasi sejauh mana bisnis membiayai asetnya melalui hutang. Keseluruhan utang (liabilitas) terhadap total aset yang dimiliki juga akan dibandingkan menggunakan rasio ini.

Times Interest Earned Ratio, Rasio cakupan bunga, yang juga disebut dengan nama ini, digunakan untuk menilai potensi kapasitas pembayaran utang perusahaan di masa depan. Sejalan dengan standar akuntansi dan laba sebelum pajak, rasio ini juga akan membandingkan bunga dengan biaya bunga.

d. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)

Amalia (2021) menyatakan, Rasio profitabilitas membandingkan jumlah keuntungan atau imbalan terhadap penjualan atau aset. Salah satu metode untuk menganalisis rasio ini adalah dengan menggunakan:

Margin Laba Kotor atau *Gross Profit Margin*, adalah jumlah uang yang tersisa dari penjualan setelah harga pokok penjualan dibayar oleh bisnis.

Margin Laba Operasi atau *Operating Profit Margin*, adalah penghitungan laba bersih yang diperoleh dari setiap transaksi, atau jumlah yang tersisa setelah setiap penjualan setelah semua biaya, dilakukan pengurangan tambahan, seperti bunga dan pajak.

Margin laba Bersih atau *Net Profit Margin* (NPM), adalah pengukuran jumlah pendapatan penjualan yang tersisa setelah semua biaya, seperti pajak dan bunga, dibayar.

***Return On Investment* (ROI)**, adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, yang akan digunakan untuk membayar kembali modal yang telah dikeluarkan. Laba bersih setelah pajak, atau EAT, adalah laba yang digunakan untuk menentukan persentase ini.

Rentabilitas Ekonomis atau *Return On Assets (ROA)*, adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan uang dengan seluruh sumber dayanya. Lebih baik bila hasil rasionya lebih tinggi. Rasio ini menghitung pendapatan dari aset yang diinvestasikan (EBIT).

Return On Equity Ratio (ROE), Rasio ini, yang dinyatakan dalam persentase, dapat digunakan untuk mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam mengembalikan modal pemegang saham. Keuntungan dari investasi yang dilakukan oleh pemegang saham atau pemilik modal dapat dihitung dengan menggunakan *return on equity (ROE)*, yang merupakan ukuran efektivitas pengelolaan modal suatu perusahaan.

Return On Sales Ratio (ROS), Rasio *return on equity (ROS)* menampilkan jumlah keuntungan yang diperoleh bisnis sebelum bunga dan pajak dikurangi dan setelah menutupi biaya produksi variabel seperti tenaga kerja dan bahan mentah.

Return On Capital Employed (ROCE), Pendapatan perusahaan dinyatakan dalam persentase, dan rasio laba atas modal yang digunakan (*ROCE*) menunjukkan seberapa menguntungkan dan efisien modal atau investasinya. Modal adalah jumlah ekuitas perusahaan dan kewajiban tidak lancar atau total aset dikurangi kewajiban lancar.

4. Pendekatan *Balanced Scorecard*

Menurut Kaplan dan Norton (1996) yang dikutip oleh Yateno (2015), Untuk menerapkan pendekatan *Balanced Scorecard* secara akurat dalam pengukuran kinerja, diperlukan empat sudut pandang yaitu keuangan, pengembangan dan pembelajaran, proses bisnis internal, dan evaluasi menyeluruh pelanggan. Dengan demikian, *Balanced Scorecard* dapat digambarkan sebagai model untuk menilai kinerja suatu organisasi secara keseluruhan, dengan mempertimbangkan aspek finansial dan non-finansial, berdasarkan empat sudut pandang tersebut.

Dengan menyoroti empat sudut pandang, konsep *Balanced Scorecard* berupaya mendukung visi, misi, dan strategi perusahaan dalam pencapaiannya. Kaplan dan Norton, (2000: 345) dalam Puspita (2023)

mengemukakan karena sektor non-keuangan dan keuangan dievaluasi, *Balanced Scorecard* sangat penting dalam proses penilaian kinerja.

Kaplan dan Norton (1996) mengklaim bahwa *Balanced Scorecard* adalah kerangka menyeluruh yang mengubah tujuan bisnis menjadi tujuan strategisnya. Sasaran strategis perusahaan diuraikan dalam pendekatan *Balanced Scorecard*, yang dibagi menjadi empat perspektif:

- Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*)

Mengingat persaingan sengit dalam bisnis saat ini dan kebutuhan untuk mempertahankan pelanggan saat ini dan menarik pelanggan baru agar mereka menjadi pendukung setia suatu merek, sudut pandang pelanggan dipandang sebagai hal yang penting.

- Perspektif Proses Bisnis Intern (*Internal Business Process Perspective*)

Langkah pertama yang diambil manajemen perusahaan sebelum menetapkan tolok ukur kinerja bisnis internal adalah mengidentifikasi prosedur internal yang digunakan organisasi. Tiga proses internal yang dipertimbangkan adalah layanan purna jual, operasi, dan inovasi. Inovasi yang digunakan harus menjadi keunggulan bagi pihak perusahaan agar dapat menarik pelanggan jangan menggunakan inovasi yang tidak berdampak positif misalnya, inovasi yang hanya mengikuti *trend*. Ini adalah fase operasi terakhir, di mana bisnis dengan tulus menawarkan solusi kepada klien untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi mereka.

- Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran (*Learning & Growth Perspective*)

Kinerja ini dimasukkan dalam rangka mendorong pertumbuhan dan transformasi perusahaan menjadi organisasi pembelajar. Sumber daya manusia, produktivitas karyawan, dan retensi karyawan merupakan tiga pilar yang mendukung perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Untuk menghasilkan ide-ide inovatif bagi perkembangan perusahaan, karyawan harus memiliki kemampuan berpikir kritis dan menilai lingkungan dan prosedur kerja. Kapasitas untuk mempertahankan personel yang berprestasi merupakan keterampilan yang penting bagi setiap bisnis, karena hal ini

memungkinkan terciptanya karyawan yang loyal dengan menunjukkan kepada mereka bahwa organisasi menghargai kontribusi mereka. Meningkatkan proses internal, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menumbuhkan budaya inovasi semuanya berdampak pada produktivitas karyawan.

- Perspektif Keuangan (*Financial perspective*)

Bagi bisnis, perspektif finansial berfungsi sebagai standar yang diturunkan dari dampak finansial dari pilihan dan aktivitas yang dilakukan. Rancangan, pelaksanaan, dan pelaksanaan rencana yang mungkin menghasilkan keuntungan signifikan terkait dengan keuntungan yang dapat diukur ditunjukkan melalui pengukuran kinerja keuangan. Setiap tahapan suatu perusahaan dapat memiliki tujuan keuangan yang sangat bervariasi, sehingga belum tentu sama.

Pada keempat perspektif yang terdapat pada balanced scorecard memiliki pengukuran yang berbeda sebagai berikut:

1. Perspektif Pelanggan, Rizkianti dan Kurniawati (2021) menjelaskan terkait Perspektif Pelanggan terdapat 4 indikator yang dapat digunakan sebagai pengukur yaitu:

a. Tingkat Retensi Pelanggan, Frekuensi pembelian produk yang tinggi oleh pelanggan menunjukkan bahwa retensi pelanggan adalah jenis loyalitas yang didasarkan pada kesetiaan dan dinilai berdasarkan perilaku pembelian. Pada tingkat retensi pelanggan terdapat cara untuk mengukurnya lagi yaitu:

- *Word of Mouth*, adalah diskusi tatap muka ataupun tertulis mengenai keuntungan atau pengalaman membeli atau memanfaatkan suatu produk atau layanan. Dapat dikirim secara langsung atau melalui sarana elektronik.

- *Future Repurchase Intention* atau minat beli, adalah praktik memilih atau ingin membeli suatu produk berdasarkan penggunaan, konsumsi, atau bahkan keinginan terhadap suatu barang atau jasa tertentu di kalangan konsumen

- *Price Sensitive*, Kecenderungan pelanggan untuk tetap bertahan pada suatu perusahaan meskipun perusahaan tersebut menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya, karena perusahaan tersebut menawarkan manfaat yang lebih unggul, merupakan indikasi sensitivitas harga mereka.
- b. Tingkat Keluhan Pelanggan, adalah keluhan yang diutarakan oleh klien yang biasanya muncul karena ketidaksesuaian barang yang dibelinya atau gangguan terhadap layanan suatu produk/jasa perusahaan. *Complain* atau aduan akan muncul apabila pelanggan merasa adanya ketidakpuasan.
 - c. Tingkat Akuisisi Pelanggan, adalah penghitungan yang akan dilakukan bisnis untuk menentukan berapa banyak klien baru yang berhasil didatangkan dalam jangka waktu tertentu. Karena perusahaan tidak menyediakan statistik mengenai akuisisi pelanggan dan karena menilai akuisisi pelanggan di perusahaan ritel merupakan suatu tantangan, indikator ini tidak digunakan dalam penelitian.
 - d. Tingkat Kepuasan Pelanggan, adalah ukuran yang digunakan suatu bisnis untuk menentukan seberapa senang konsumennya terhadap barang atau jasa yang mereka beli. Kepuasan pelanggan juga harus dinilai jika ada keluhan sebelumnya, agar perusahaan dapat mengidentifikasi dan menawarkan barang dan jasa baru yang menurut pelanggan menarik.
2. Proses Bisnis Internal, Trianjaya (2017) menuliskan pada penelitiannya bahwa indikator yang terdiri pada proses bisnis internal terdiri dari beberapa ukuran utama sebagai berikut:
- a. Inovasi Produk, Semakin besarnya inovasi produk pada suatu perusahaan ditunjukkan dengan semakin tingginya nilai inovasi produk yang ditentukan dengan membandingkan jumlah barang baru dengan jumlah produk sebelumnya.
 - b. Proses Operasi, atau *Effectiveness Marginal Ratio* (EMR) adalah perhitungan yang mengukur seberapa cepat anggota staf melayani

klien dengan memproses data mereka dan memasukkan mereka ke kamar hotel.

3. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran, Tawalujan, Citraningtyas dan Rumondor (2020) adapun indikator yang terdapat pada perspektif ini yang sejalan dengan hasil penelitiannya adalah :

a. Produktivitas Karyawan, Produktivitas karyawan dalam jangka waktu tertentu dihitung dengan menggunakan tingkat produktivitas karyawan. *Output* keuntungan yang dihasilkan setiap karyawan meningkat seiring dengan tingkat produktivitasnya.

b. Retensi Karyawan, dihitung untuk suatu tujuan menggunakan pergantian staf atau perhitungan pergantian. Persentase *turnover* karyawan meningkat seiring dengan tingkat *turnover* karyawan.

c. Kepuasan Kerja, merupakan perasaan yang timbul karena menilai pekerjaan atau pengalaman kerja seorang pekerja itu bisa positif atau negatif, gembira atau tertekan. Faktor kunci dalam menentukan retensi dan produktivitas karyawan adalah kepuasan karyawan. Pendapat seorang karyawan mengenai berbagai bidang pekerjaan mereka diukur melalui serangkaian pertanyaan dalam survei kepuasan kerja.

4. Perspektif Keuangan, pengukuran Pada perspektif keuangan dapat dilakukan dengan beberapa rasio yaitu:

a. Rasio Likuiditas (*liquidity ratio*)

Rasio likuiditas adalah ukuran keuangan yang mengevaluasi likuiditas jangka pendek suatu perusahaan dengan membandingkan aset lancar dan kewajiban lancarnya. Oleh karena itu, temuan penelitian Permana pada tahun 2022 memperjelas bahwa rasio-rasio berikut dapat digunakan untuk analisis rasio likuiditas:

- Rasio Lancar (*Current ratio*), Rasio ini merupakan alat yang berguna untuk mengevaluasi seberapa baik suatu bisnis dapat menggunakan aset lancarnya untuk membayar utang jangka pendek atau utang yang pada akhirnya akan jatuh tempo. Jika rasio aset

lancar terhadap kewajiban lancar semakin tinggi, maka perusahaan akan lebih mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya.

- Rasio cepat (*Quick Ratio/Aciti Test Ratio*), adalah rasio yang tanpa memperhitungkan nilai persediaan, menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan dapat melunasi utang atau kewajiban lancar dengan aset lancar.

- *Cash Ratio*, adalah perbandingan antara kewajiban lancar dan uang tunai yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Kas yang dimaksud adalah kas perusahaan yang disimpan pada rekening giro di bank dan di kantor.

b. Rasio Aktivitas (*activity ratio*)

Rasio ini dapat digunakan untuk membandingkan beberapa aset dan kemudian menghitung tingkat aktivitas setiap aset pada tingkat aktivitas tertentu. Ketika penjualan mencapai tingkat ketidakaktifan tertentu, sejumlah besar uang berlebih diinvestasikan dalam aset. Khair (2020) mengutip bahwa rasio aktivitas ini dapat dilakukan dengan:

- Perputaran Piutang, adalah alat yang digunakan untuk mengetahui berapa banyak piutang yang biasanya ada. Selain itu, penilaian ini menilai praktik kredit perusahaan, kualitas piutang, dan efisiensi penagihannya. Kemanjuran manajemen akun juga dapat ditentukan dengan bantuannya.

- Perputaran Persediaan, menunjukkan likuiditas suatu bisnis dengan menghitung seberapa baik bisnis tersebut menjual dan mengelola inventarisnya.

- Perputaran Aset Tetap, adalah alat untuk menentukan seberapa besar suatu usaha dapat menghasilkan penjualan berdasarkan aktiva tetapnya.

- Perputaran Total Aset, adalah rasio yang digunakan untuk menentukan seberapa efektif penggunaan seluruh aset. Pengelolaan yang baik ditunjukkan dengan nilai rasio yang tinggi, sebaliknya

pengelolaan yang buruk ditunjukkan dengan nilai rasio yang rendah. Akibatnya, manajemen perlu menilai metode pemasaran, investasi, dan belanja modal yang akan digunakan.

c. Rasio solvabilitas

Amalia (2021) Menurut penelitiannya, rasio solvabilitas memberikan keamanan bagi aset dan uang tunai jika terjadi kebangkrutan atau penutupan, sehingga mengevaluasi kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Yang membentuk rasio solvabilitas adalah:

- Rasio Utang Terhadap Ekuitas (*Debt to Equity Ratio*), Persentase utang terhadap ekuitas yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan akan dijelaskan oleh rasio ini. Kewajiban dan total ekuitas juga akan dibandingkan menggunakan rasio ini. Hutang perusahaan tidak boleh melebihi modalnya agar terus menurun.

- Rasio Utang (*Debt Ratio*), rasio yang dirancang untuk mengevaluasi sejauh mana bisnis membiayai asetnya melalui hutang. Selain itu, rasio ini akan membedakan seluruh liabilitas (hutang) dengan seluruh aset yang dimiliki.

- *Times Interest Earned Ratio*, Rasio ini, kadang-kadang disebut sebagai rasio cakupan bunga, digunakan untuk mengevaluasi potensi kemampuan perusahaan dalam membayar kembali bunga pinjaman tertentu di kemudian hari. Bersamaan dengan membandingkan bunga dengan beban bunga, rasio ini juga akan menguji standar akuntansi dan laba sebelum pajak.

d. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)

Rasio ini menggambarkan derajat keuntungan atau perolehan (profit) dalam kaitannya dengan penjualan atau aset. Dhani Aspriyadi (2020) pada penelitiannya menulis terkait analisis pada rasio ini dapat dilakukan dengan menggunakan:

- *Gross Profit Margin*, adalah pengukuran porsi penjualan yang tersisa setelah perusahaan menutup harga pokok penjualan.

- *Operating Profit Margin*, adalah pengukuran bagian dari setiap penjualan yang tersisa setelah semua biaya tidak termasuk bunga dan pajak telah dibayar, atau laba bersih yang diperoleh dari setiap transaksi.
- *Net Profit Margin (NPM)*, adalah jumlah uang penjualan yang masih tersedia setelah seluruh biaya, termasuk pajak dan bunga, dibayar.
- *Return On Investment (ROI)*, kemampuan suatu usaha untuk memperoleh keuntungan yang akan digunakan untuk melunasi hutangnya. Laba bersih setelah pajak (EAT), digunakan sebagai laba dalam perhitungan rasio ini.
- *Return On Assets (ROA)*, adalah kemampuan suatu usaha untuk menghasilkan pendapatan dari setiap aktivitas yang dilakukannya. Besarnya keuntungan (EBIT) dari aktivitas yang dimanfaatkan diukur dengan rasio ini. Rasio yang lebih besar lebih disukai.
- *Return On Equity Ratio (ROE)*, Rasio ini berguna dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam mengembalikan investasi pemegang saham dalam bentuk persentase dan juga menunjukkan keberhasilan pengelolaan modal perusahaan.
- *Return On Sales Ratio (ROS)*, ROS adalah rasio yang menampilkan keuntungan perusahaan setelah dikurangi bunga dan pajak serta setelah menutupi biaya produksi variabel termasuk biaya tenaga kerja dan bahan baku.
- *Return On Capital Employed (ROCE)*, Rasio pengembalian modal yang digunakan (ROCE) menyatakan keuntungan perusahaan sebagai persentase dari modalnya. Total aset dikurangi kewajiban lancar adalah modal yang diperhitungkan. Ini adalah jumlah kewajiban dan ekuitas jangka panjang.

2.3 Balanced scorecard

Berdasarkan teori yang telah disampaikan diatas peneliti memilih beberapa indikator untuk mengukur perspektif pada *balanced scorecard* yaitu:

- Perspektif pelanggan

Retensi pelanggan, keluhan pelanggan, dan kebahagiaan pelanggan semuanya akan dianggap sebagai indikator dari sudut pandang konsumen. Metrik ini digunakan untuk memastikan sudut pandang pelanggan terhadap suatu bisnis.

- Perspektif proses bisnis internal

Pada perseptif proses bisnis internal akan digunakan indikator berupa *Effectiveness Marginal Ratio* (EMR) untuk menghitung bagaimana kecepatan dan ketepatan karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan.

- Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Peneliti akan mempertimbangkan retensi karyawan sebagai indikator dalam perspektif ini. Perputaran karyawan dalam suatu perusahaan dapat diukur dengan menggunakan retensi karyawan.

- Perspektif keuangan

Pada perspektif keuangan akan digunakan *return on equity* (ROE), *net profit margin* (NPM), dan *debt ratio* (rasio utang), Sementara NPM berupaya menentukan persentase laba bersih perusahaan terhadap total pendapatan, ROE mengevaluasi seberapa menguntungkan suatu perusahaan atas investasi atau pemegang sahamnya, dan rasio utang mengukur sejauh mana perusahaan harus bergantung pada utang untuk membiayai asetnya.

2.4 Kerangka Penelitian

