

**LAPORAN
HASIL PENELITIAN INTERNAL DOSEN**



**PROFITABILITAS PERUSAHAAN
SUB SEKTOR PERDAGANGAN RITEL
SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN E-COMMERCE**

Peneliti :

**Nama Peneliti : Zulfikar Ramadhan, S.E., M.M.
NIDN : 0315058803**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
TAHUN AKADEMIK 2019/2020**

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel Sebelum dan Sesudah Penerapan *E-Commerce*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Perbandingan Profitabilitas Perusahaan Sebelum dan Sesudah Penerapan *E-Commerce*.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian komparatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi yang digunakan adalah perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018 dengan tahun 2016 sebagai *event study*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga terpilih 5 perusahaan sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji *paired sample t-test* dan uji *wilcoxon sign rank t-test*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *net profit margin* perusahaan sub sektor perdagangan ritel memiliki perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*. Sedangkan *return on asset* dan *return on equity* perusahaan sub sektor perdagangan ritel tidak memiliki perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

Kata kunci : *net profit margin, return on asset, return on equity*

ABSTRACT

This research is titled "Profitability of Retail Trading Sub Sector Companies Before and After the Implementation of E-Commerce". The purpose of this study was to determine the Comparison of Company Profitability Before and After E-Commerce Application.

This research uses a quantitative approach and comparative research types. The data source used is secondary data. The population used is the retail trade sub sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2014-2018 with 2016 as an event study. The sampling technique used purposive sampling technique so that 5 companies were selected as research samples. Data analysis techniques were performed using paired sample t-test and Wilcoxon sign rank t-test.

The results of this study indicate that the net profit margin of the retail trade sub sector has a significant difference before and after implementing e-commerce. While the return on assets and return on equity of retail trade sub-sector companies do not have significant differences before and after implementing e-commerce.

Keywords: net profit margin, return on assets, return on equity

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN HASIL PENELITIAN INTERNAL FEB – UMJ

Judul Penelitian : Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel Sebelum Dan Sesudah Penerapan E-Commerce

Program Studi : Manajemen

Peneliti

a. Nama Lengkap : Zulfikar Ramadhan, S.E., M.M.
b. NIDN : 0315058803
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen
e. No. HP : 0898 9889 575
f. Alamat email : zulfikar.ramadhan@umj.ac.id

Jakarta, 27 Juli 2020

Mengetahui,

Peneliti

Ketua Program Studi



(Azimah Hanifah, S.E., M.Si.)
NIDN : 0394116701



(Zulfikar Ramadhan, S.E., M.M.)
NIDN : 0315058803

Menyetujui,

Ketua LPPM FEB-UMJ



(Dr. Nazifah Husainah, S.E., M.M.)
NIDN : 0306056602

Dekan FEB UMJ



(Luqman Hakim, S.E., M.Si., Ak., CA., QIA., CPA.)
NIDN : 0304117604

SURAT PERNYATAAN PENELITI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfikar Ramadhan, S.E. , M.M.
NIDN : 0315058803
Pangkat / Golongan : IIIc
Jabatan Fungsional : Lektor

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian saya dengan judul:

“Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel Sebelum Dan Sesudah Penerapan E-Commerce”

yang diusulkan dalam Penelitian Internal Dosen FEB-UMJ tahun 2019 **bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga / sumber dana lain.**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke FEB-UMJ.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 27 Juli 2020

Mengetahui,



Ketua LPPM FEB-UMJ

**(Dr. Nazifah Husainah, S.E., M.M.)
NIDN : 0306056602**

Yang menyatakan,

Peneliti



**(Zulfikar Ramadhan, S.E., M.M.)
NIDN : 0315058803**

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah melimpahkannya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan hasil penelitian dalam bentuk Penelitian dengan judul **“Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel Sebelum Dan Sesudah Penerapan E-Commerce”**.

Dalam kesempatan yang berbahagia ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sangat dalam kepada semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materiil sehingga Penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya, penulis tujukan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa kemampuan dan pengetahuan penulis masih terbatas dan tidak luput dari kekeliruan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari rekan pembaca demi penyempurnaan Penelitian ini.

Akhir kata dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis berharap semoga Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Wassalamu 'alikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirrobbil-alaminn

Jakarta, 22 Juli 2020

(Zulfikar Ramadhan, S.E., M.M.)
NIDN : 0315058803

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN LITERATUR, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Tinjauan Literatur	6
1. <i>Profitabilitas</i>	6
2. <i>Net Profit Margin</i>	7
3. <i>Return on Asset</i>	8
4. <i>Return on Equity</i>	9
5. Penelitian Terdahulu	11
B. Kerangka Berpikir dan Hipotesis	12
1. Kerangka Berpikir	12
2. Hipotesis	13
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	14
B. Operasionalisasi Variabel	15
1. Definisi Variabel Penelitian	15
2. Skala Pengukuran	15
C. Sumber Data, Tempat dan Waktu Penelitian	16

1. Sumber Data.....	16
2. Tempat Penelitian.....	16
3. Waktu Penelitian	16
D. Populasi dan Sampel	16
1. Populasi.....	16
2. Sampel.....	17
E. Metode Pengumpulan Data	18
F. Metode Analisis Data	19
1. Statistik Deskriptif	19
2. Uji Normalitas	19
3. Uji Hipotesis	20

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	22
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	22
2. Hasil Statistik Deskriptif	30
3. Hasil Uji Normalitas	31
4. Hasil Uji Hipotesis	32
B. Pembahasan.....	34
1. Hipotesis 1.....	34
2. Hipotesis 2.....	34
3. Hipotesis 3.....	35
C. Refleksi Tauhid	35
1. Investasi.....	35
2. Jual Beli.....	38

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	43
B. Implikasi.....	43
C. Keterbatasan	43
D. Saran.....	44

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rugi Bersih Perusahaan Ritel Kuartal II 2019	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	15
Tabel 3.2 Populasi.....	17
Tabel 3.3 Kriteria Pengambilan Sampel	18
Tabel 3.4 Sampel.....	18
Tabel 4.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Hipotesis	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kegiatan Pemanfaatan Internet dalam Bidang Ekonomi	2
Gambar 1.2 10 Negara dengan pertumbuhan e-commerce tercepat di dunia tahun 2018	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	12

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian

Lampiran 2 Hasil Olah Data SPSS

Lampiran 3 Laporan Performa Perusahaan

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan perindustrian suatu negara atau daerah pada umumnya makin maju dari tahun ketahun dan semakin meningkat dari jumlah industri dan macam industri. Meningkatnya perekonomian saat ini menimbulkan ketatnya persaingan usaha yang memiliki keunggulan tersendiri dengan pelayanan dan kualitas produknya. Salah satunya adalah keunggulan teknologi. Revolusi teknologi di era komunikasi interaktif ditandai dengan ditemukannya berbagai kemajuan teknologi seperti komputer, satelit, internet dan lain-lain.

Kemudian seiring dengan berkembangnya teknologi yang pesat, ditemukan jaringan yang menghubungkan jutaan komputer yang tersebar di seluruh penjuru dunia, dimana dengan menggunakan jaringan ini, maka sebuah organisasi dapat melakukan pertukaran informasi secara internal ataupun secara eksternal dengan organisasi lain, atau disebut dengan Internet.

Di Indonesia, pertumbuhan pengguna internet meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 171,17 juta jiwa atau sebesar 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 264,16 juta orang.

Internet kini dimanfaatkan dalam berbagai aspek kehidupan, di antaranya ialah bidang layanan publik, edukasi, gaya hidup, sosial politik, kesehatan, serta di bidang ekonomi. Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2017, dalam bidang ekonomi, internet paling banyak digunakan untuk mencari harga, yaitu dengan presentase sebesar 45,14%. Kemudian terdapat pula beberapa pemanfaatan internet dengan prosentase di bawahnya, antara lain: untuk membantu pekerjaan, mencari informasi untuk membeli, membeli secara online, mencari pekerjaan dan menjual secara online. Berikut gambar kegiatan pemanfaatan internet dalam bidang ekonomi:



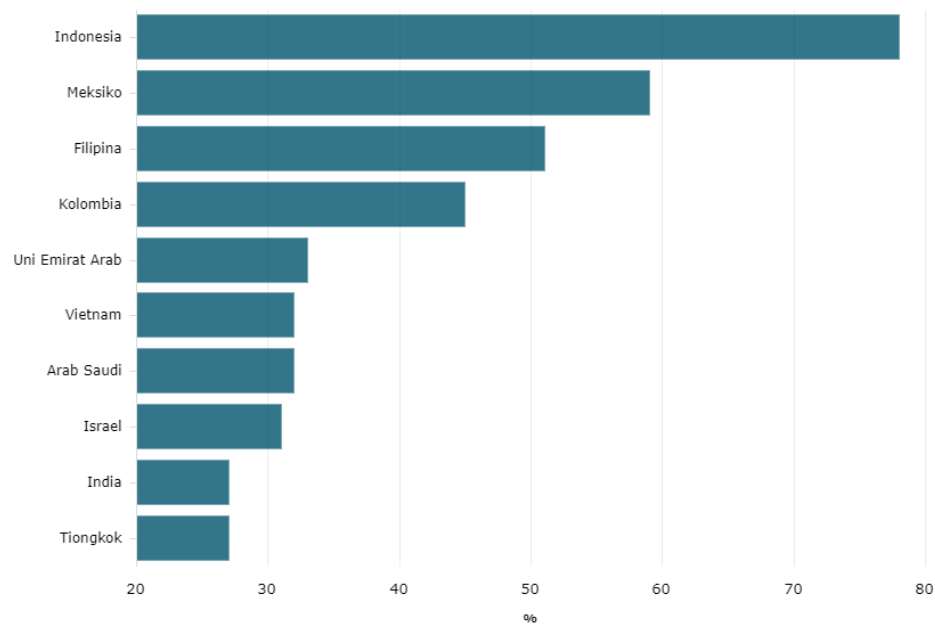
Sumber: www.apji.or.id

Gambar 1.1
Kegiatan Pemanfaatan Internet dalam Bidang Ekonomi

Berdasarkan gambar 1.1, salah satu pemanfaatan internet yang mulai ramai dan digemari oleh masyarakat Indonesia di beberapa tahun terakhir ini ialah jual beli secara online. Bisnis yang sebelumnya dilakukan dengan sistem konvensional, kini sudah bisa dilakukan dengan online (media internet). Hal ini dapat ditandai dari banyaknya iklan yang dilakukan di media sosial. Media sosial kini tidak hanya digunakan untuk komunikasi dan mencari informasi saja, tetapi juga dilakukan untuk jual beli. Selain itu banyak pula iklan marketplace yang ditayangkan di berbagai stasiun televisi, dimana ia merupakan website yang khusus untuk melakukan promosi produk dan transaksinya secara online. Transaksi perdagangan dengan menggunakan internet ini disebut sebagai *e-commerce* (*electronic commerce*).

Beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dari transaksi perdagangan dengan menggunakan *e-commerce* beberapa keuntungan yang meliputi layanan konsumen dan citra perusahaan menjadi baik, menemukan partner bisnis baru, proses menjadi sederhana dan waktu dapat dipadatkan, dapat meningkatkan produktivitas, akses informasi menjadi cepat, penggunaan kertas dapat dihindari, biaya transportasi berkurang dan fleksibilitas bertambah. Manfaat dari *e-commerce* bagi konsumen diantaranya dapat melayani transaksi 24 jam hampir disetiap lokasi, memberikan banyak pilihan pada pelanggan, menyediakan produk yang tidak mahal dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara tepat,

pengiriman menjadi cepat, partisipasi dalam pelayanan maya (*virtual action*), dapat berinteraksi dengan pelanggan lain dan memudahkan persaingan. Selain itu, bagi pelaku usaha *e-commerce* dimanfaatkan untuk memperluas pangsa pasar. Lembaga riset asal Inggris, Merchant Machine, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia (Widowati, 2019). Berikut ini disajikan gambar 10 Negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia pada tahun 2018:



Sumber: katadata.co.id

Gambar 1.2

10 Negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia tahun 2018

Berdasarkan gambar 1.1, Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*. Rata-rata uang yang dibelanjakan masyarakat Indonesia di situs belanja daring mencapai US\$ 228 per orang atau sekitar Rp 3,19 juta per orang. Sekitar 17,7% responden membelanjakan uangnya untuk membeli tiket pesawat dan memesan hotel secara daring. Sebanyak 11,9% responden membelanjakan uangnya untuk produk pakaian dan alas kaki. Adapun kategori terpopuler ketiga adalah produk kesehatan dan kecantikan yang dipilih oleh 10% responden.

Akan tetapi, perkembangan *e-commerce* memiliki dampak negatif bagi beberapa perusahaan, karena perkembangan *e-commerce* menjadi penyebab perubahan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja. Semula transaksi dilakukan secara offline berubah menjadi transaksi dilakukan secara online. Perusahaan yang terkena dampak perubahan kebiasaan masyarakat dalam berbelanja adalah perusahaan ritel. Perusahaan ritel merupakan bagian yang penting dalam kehidupan perekonomian suatu negara, terutama dalam proses distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Perkembangan era digital saat ini sangat mempengaruhi industri ritel di Indonesia. Munculnya fenomena belanja online di masyarakat serta ketatnya persaingan membuat pertumbuhan penjualan emiten ritel mengalami tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Sehingga terjadi fenomena penutupan gerai-gerai retail dalam beberapa tahun terakhir oleh perusahaan retail. Beberapa perusahaan melakukan penutupan gerai demi efisiensi atau mengubah model bisnisnya agar mampu mengikuti keinginan masyarakat.

Salah satu perusahaan yang melakukan penutupan gerai adalah PT Hero Supermarket Tbk. Berdasarkan informasi CNN Indonesia, PT Hero Supermarket Tbk menutup enam gerai ritel Giant miliknya pada 28 Juli 2019. Keenam gerai tersebut, yakni Giant Express Cinere Mall, Giant Express Mampang, Giant Express Pondok Timur, Giant Extra Jatimakmur, Giant Mitra 10 Cibubur, dan Giant Extra Wisma Asri. Penutupan gerai dilakukan karena berdasarkan laporan keuangan perusahaan pada kuartal II 2019, Hero Supermarket mencatatkan kerugian sebesar Rp3,52 miliar. Sebelumnya, Hero Supermarket telah lebih dulu menutup 26 gerainya pada awal tahun ini seiring dengan lesunya bisnis makanan yang dijual perseroan.

Akan tetapi kondisi kerugian tidak hanya dialami PT Hero Supermarket Tbk. Sampai dengan kuartal II 2019, terdapat 6 perusahaan lainnya yang mengalami kerugian. Berikut ini disajikan data perusahaan retail yang mengalami kerugian :

Tabel 1.1
Data Rugi Bersih Perusahaan Ritel Kuartal II 2019
(dalam Milyar Rupiah)

No.	Kode Emiten	Nama Emiten	Rugi Bersih
1	DAYA	Duta Intidaya Tbk	6,75
2	GLOB	Global Teleshop Tbk	6,46
3	HERO	Hero Supermarket Tbk	3,52
4	MKNT	Mitra Komunikasi Nusantara Tbk	63
5	MPPA	Matahari Putra Prima Tbk	113
6	SKYB	Northcliff Citranusa Indonesia Tbk	1,08
7	TRIO	Trikomsel Oke Tbk	2,62

Sumber : www.idx.co.id (diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 perusahaan yang mengalami kerugian terbesar adalah Matahari Putra Prima Tbk sebesar 113 Milyar Rupiah dan perusahaan yang mengalami kerugian terkecil adalah Northcliff Citranusa Indonesia Tbk sebesar 1,08 Milyar Rupiah.

Berdasarkan latar belakang, terdapat beberapa dampak atas adanya sistem *e-commerce* bagi para peritel di Indonesia. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel Sebelum dan Sesudah Penerapan E-Commerce**”.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan *sub sector retail trade* sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*?
2. Apakah terdapat perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) pada perusahaan *sub sector retail trade* sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*?
3. Apakah terdapat perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan *sub sector retail trade* sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) pada perusahaan *sub sector retail trade* sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.
2. Untuk mengetahui perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) pada perusahaan *sub sector retail trade* sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.
3. Untuk mengetahui perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) pada perusahaan *sub sector retail trade* sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, maka manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis
 - a. Bagi peneliti, untuk mengetahui lebih dalam mengenai analisis pasar modal khususnya *profitabilitas*.
 - b. Bagi akademisi, dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu dan juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian mengenai *profitabilitas*.
2. Aspek Praktis
 - a. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan bahan evaluasi kinerja perusahaan dalam melakukan strategi terhadap *profitabilitas* yang diperoleh
 - b. Bagi investor, sebagai bahan pertimbangan dalam kaitannya mengambil keputusan untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

A. TINJAUAN LITERATUR

1. Profitabilitas

Rasio Profitabilitas merupakan salah satu rasio yang dihitung dalam analisis rasio. Analisis rasio merupakan suatu metode analisis untuk mengetahui hubungan dari pos-pos tertentu dalam neraca atau laporan laba rugi, laba secara individu atau kombinasi dari kedua laporan tersebut (Munawir, 2012 hal.37). Hubungan antara unsur-unsur laporan keuangan tersebut dinyatakan dalam bentuk matematis yang sederhana. Secara individual, angka rasio akan menjadi tidak bermanfaat, kecuali angka rasio tersebut dibandingkan dengan rasio yang memang layak digunakan sebagai dasar pembandingan (Hery, 2016 hal.29-30).

Hal-hal yang dapat diperbandingkan dengan angka-angka rasio adalah sebagai berikut (Munawir, 2012 hal.101):

- a. Standard rasio atau rasio rata-rata dari seluruh industri sejenis dimana data keuangan perusahaan menjadi anggotanya.
- b. Rasio yang telah ditentukan dalam *budget* perusahaan yang bersangkutan.
- c. Rasio-rasio sejenis pada periode-periode sebelumnya dari perusahaan tersebut.
- d. Rasio keuangan dari perusahaan lain sejenis yang merupakan pesaing perusahaan yang dinilai cukup baik/berhasil dalam usahanya.

Rasio Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas, semakin baik suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Rasio ini merupakan rasio yang sangat diperhatikan karena berkaitan erat dengan kelangsungan hidup perusahaan.

Rasio profitabilitas atau yang disebut juga dengan rasio rentabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Selain itu, ia digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Kinerja manajemen yang baik akan ditunjukkan dengan keberhasilannya dalam menghasilkan laba yang maksimal (Hery, 2016 hal.104).

Rasio profitabilitas diukur dengan membandingkan komponen-komponen yang ada dalam laporan laba rugi dan atau neraca. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat profitabilitas antar periode. Selain itu, ia juga dapat dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya maupun dengan standar rasio rata-rata industri (Hery, 2016 hal.104).

2. Net Profit Margin

a. Pengertian Net Profit Margin

Kasmir (2015 hal.200) mengatakan bahwa Margin Laba Bersih (*Net Profit Margin*) merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Sedangkan menurut Syamsuddin (2014 hal.62) *Net Profit Margin* merupakan rasio antara laba bersih (Net Profit) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh expensetermasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi NPM, semakin baik operasi suatu perusahaan.

Menurut Mulyawan (2015 hal.57) *Net profit margin* (NPM) adalah Rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan. Kemudian menurut Hery (2015 hal.235) mengemukakan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentasi laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih.

Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2013 hal.107) *Net Profit Margin* merupakan rasio yang mampu menggambarkan seberapa besar laba bersih perusahaan apabila dibandingkan dengan penjualannya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Net Profit Margin* (NPM) merupakan nilai yang didapat dari perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan/pendapatan bersih.

b. Pengukuran *Net Profit Margin*

Rasio ini dihitung dengan cara membagi laba bersih terhadap penjualan. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *Net Profit Margin* sebagai berikut (Kasmir, 2015 hal. 200):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Jika hasil perhitungan *Net Profit Margin* Semakin besar, maka kinerja perusahaan akan semakin produktif, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. *Net Profit Margin* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dari penjualan. *Net Profit Margin* dapat diperoleh dengan membagi laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

3. *Return on Assets*

c. *Pengertian Return On Asset*

Menurut Hery (2015 hal. 144) *return on asset* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sedangkan *return on asset* menurut Sugiono dan Untung (2016 hal. 68) rasio ini mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada. Atau rasio ini menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam perusahaan.

Menurut Kasmir (2015 hal. 201), Hasil Pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return On Investment* atau *Return On*

Assets, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya.

Selanjutnya menurut Tandelilin (2017 hal. 374) *return on asset* merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba. Sedangkan menurut Brigham dan Houston (2014 hal. 148) *return on asset* merupakan rasio laba bersih terhadap total aset.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat dikatakan bahwa *return on asset* merupakan suatu alat yang dapat dijadikan sebagai salah satu tolak ukur kemajuan perusahaan. Dimana rasio ini mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari setiap modal yang ditanamkan ke dalam aset perusahaan.

d. Pengukuran *Return On Asset*

Rasio ini dihitung dengan cara membagi laba bersih terhadap total aktiva. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung *return on asset* sebagai berikut (Kasmir, 2015 hal. 202):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Jika hasil perhitungan *return on asset* semakin tinggi maka semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana atau modal yang ditanamkan kedalam aset perusahaan, sebaliknya jika semakin rendah *return on asset* maka semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana atau modal yang ditanamkan ke dalam aset perusahaan (Hery, 2015 hal. 556).

4. *Return on Equity*

a. Pengertian *Return on Equity Ratio*

Menurut Kasmir (2015 hal. 204), *Return On Equity* merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan daya untuk menghasilkan laba atas iestasi

berdasarkan nilai buku para pemegang saham. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan semakin kuat.

Sedangkan menurut Sartono (2012 hal. 124), *return on equity* yaitu mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi besar-kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang semakin besar maka rasio ini juga akan makin besar.

Dan menurut Hanafi & Halim (2012 hal. 84), pengertian *return on equity* adalah rasio ini mengukur kemampuan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Berdasarkan pengertian *Return On Equity* (ROE) menurut pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri dalam perusahaan, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik.

b. Pengukuran *Return On Equity*

Menurut Kasmir (2015 hal. 204), rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih dengan total modal yaitu sebagai berikut :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal}}$$

Menurut Asiah dan Mandala (2016), *Return On Equity* yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan dari modalnya sendiri. Peningkatan ROE akan ikut mendongkrak nilai jual perusahaan yang berimbas pada harga saham, sehingga hal ini berkorelasi dengan peningkatan *return* saham.

Sedangkan apabila ROE rendah, maka mencerminkan perolehan laba bersih perusahaan yang rendah pula. Ini berakibat pada saham perusahaan yang kurang diminati oleh investor yang sebagai akibat pembagian dividen yang lebih rendah. Sehingga minat investor atas saham tersebut berkurang sehingga otomatis akan mempengaruhi *return* saham. Keadaan ini akan berpengaruh terhadap penurunan

return saham perusahaan. Terdapat hubungan yang searah (positif) antara *ROE* dengan *return* saham.

5. Penelitian Terdahulu

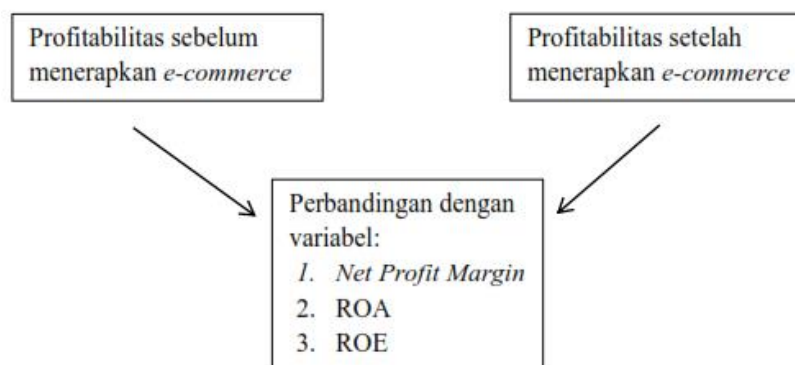
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil
Shalihin dan Mujilahwati (2016)	Dampak Pemanfaatan E-commerce Terhadap Peningkatan Penjualan Di Umkm (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan)	Penjualan mengalami peningkatan bila dibandingkan dengan sebelum menggunakan sistem e-commerce
Sukmono dan Hendratno (2018)	Analisis Perbandingan Profitabilitas Sebelum dan Sesudah Menggunakan Teknologi Informasi (Studi Kasus: PT. Mitra Adiperkasa, Tbk)	Terdapat perbedaan yang tidak signifikan yaitu NPM, ROI, dan ROE antara sebelum dan sesudah menerapkan teknologi informasi.

B. KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

1. Kerangka Berpikir

Menurut Agung (2012 hal. 24) kerangka berpikir merupakan kegiatan untuk mencari jawaban dari masalah penelitian yang dirumuskan secara teoritis yang masih perlu diuji kebenarannya di lapangan. Sedangkan menurut Sekaran dikutip dari Sudaryono (2016 hal. 54) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017, hal.63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner. Sedangkan menurut Suryani & Hendryadi (2015, hal. 105) hipotesis adalah dugaan sementara dari masalah yang diajukan pada rumusan masalah dugaan ini disusun berdasarkan kerangka berpikir yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Dari penjelasan diatas bahwa hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya masih sementara dan kebenarannya masih lemah. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- a. Terdapat perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Net Profit Margin* pada perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.
- b. Terdapat perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* pada perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.
- c. Terdapat perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* pada perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. DESAIN PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017 hal. 2). Metode penelitian merupakan suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor – faktor yang berhubungan dengan pokok – pokok permasalahan sehingga akan menghasilkan suatu kebenaran berdasarkan data – data yang akan diperoleh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian, data dalam penelitian ini berupa angka – angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2017 hal.7). Selanjutnya, menurut Sugiyono (2017 hal. 8) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Digunakannya penelitian kuantitatif karena penelitian ini menggunakan data laporan keuangan perusahaan Sub Sektor Perdagangan Ritel yang telah dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia melalui *website* resmi www.idx.co.id. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian komparatif.

Penelitian komparatif menurut Sugiyono (2017, hal. 36) yaitu penelitian yang membandingkan keberadaan satu variable atau lebih pada dua sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda. Menurut Nazir (2009 hal.54), yang dimaksud dengan jenis penelitian komparatif digunakan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta – fakta dan

sifat – sifat objek yang di teliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Metode penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu apakah terdapat perbedaan antara profitabilitas sebelum dan sesudah *e-commerce*.

B. OPERASIONALISASI VARIABEL

1. Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017 hal. 38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Sudaryono (2016 hal. 46) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu sehingga memperoleh informasi, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat satu jenis variable yang digunakan, yaitu variabel dependen (terikat). Menurut Sugiyono (2017, hal. 39) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sedangkan menurut Sudaryono (2016, hal. 49) variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel lain. Berdasarkan pengertian para ahli tersebut dapat dikatakan bahwa variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain tetapi tidak dapat mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependen yang gunakan adalah profitabilitas (Y).

2. Skala Pengukuran

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

No	Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
1	<i>Net Profit Margin</i>	Menurut Hery (2015 hal.235) <i>Net Profit Margin</i> (NPM) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentasi laba bersih atas penjualan bersih	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$	Rasio

2	<i>Return On Equity</i>	Menurut Kasmir (2015, hal. 157) menyatakan bahwa Debt to Equity Ratio adalah rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas.	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Modal}}$	Rasio
3	<i>Return On Asset</i>	Tandelilin (2017 hal. 374) return on asset merupakan rasio yang menggambarkan sejauh mana kemampuan aset-aset yang dimiliki perusahaan bisa menghasilkan laba.	$\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$	Rasio

Sumber: diolah

C. SUMBER DATA, TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

1. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2017 hal. 225) sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sedangkan Siregar (2017 hal. 16) menyatakan data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dapat diakses melalui *website* resmi yaitu www.idx.co.id.

3. Waktu Penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu untuk memperoleh data tersebut mulai dari bulan september 2019 sampai dengan Agustus 2020.

D. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017 hal. 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Siregar (2017, hal. 30) populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari

objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya.

Tabel 3.2
Populasi Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ACES	PT Ace Hardware Indonesia Tbk.
2	AMRT	PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk.
3	CENT	PT Centratama Telekomunikasi Indonesia Tbk
4	CSAP	PT Catur Sentosa Adiprana Tbk.
5	DAYA	PT Duta IntidayaTbk.
6	DIVA	PT Distribusi Vouche Nusantara, Tbk.
7	ECII	PT Electronic City Indonesia Tbk.
8	ERAA	PT Erajaya Swasembada Tbk.
9	GLOB	PT Global Teleshop Tbk.
10	GOLD	PT Visi Telekomunikasi Infrastruktur Tbk.
11	HERO	PT Hero Supermarket Tbk.
12	KIOS	PT Kioson Komersial Indonesia Tbk.
13	KOIN	PT Kokoh Inti Arebama Tbk.
14	LPPF	PT Matahari Department Store Tbk.
15	MAPA	PT MAP Aktif Adiperkasa Tbk.
16	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk.
17	MCAS	PT M Cash Integrasi Tbk.
18	MIDI	PT Midi Utama Indonesia Tbk.
19	MKNT	PT Mitra Komunikasi Nusantara Tbk.
20	MPPA	PT Matahari Putra Prima Tbk.
21	NFCX	PT NFC Indonesia Tbk.
22	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk.
23	RANC	PT Supra Boga Lestari Tbk.
24	RIMO	PT Rimo International estari Tbk.
25	SKYB	PT SKYBEE TBK
26	SONA	PT Sona Topas Tourism Industry Tbk.
27	TELE	PT Tiphone Mobile Indonesia Tbk.
28	TRIO	PT Trikonsel Oke Tbk.

Sumber : diolah

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017, hal 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penarikan *Nonprobability Sampling Design* yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*. Sugiyono (2017, hal 84) menyatakan bahwa *Nonprobability Sampling*

adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2017 hal. 85). Adapun kriteria yang digunakan yaitu:

Tabel 3.3
Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Uraian	Jumlah
	Jumlah Populasi	28
1.	Perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang konsisten terdaftar (<i>listing</i>) pada Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018	20
2.	Perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang Menerapkan <i>e-commerce</i> selama periode 2014-2018	5
	Jumlah Sampel	5

Berdasarkan tabel 3.3 dapat diketahui bahwa perusahaan sub sektor perdagangan ritel yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai sampel penelitian ada sepuluh (10) yaitu :

Tabel 3.4
Sampel Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ACES	PT Ace Hardware Indonesia Tbk.
2	LPPF	PT Matahari Department Store Tbk.
3	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk.
4	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk.
5	RANC	PT Supra Boga Lestari Tbk.

Sumber : diolah

E. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode dokumentasi. Sugiyono (2017, hal. 240) teknik dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi dokumentasi berupa laporan keuangan yang telah dipublikasikan dengan cara mengunduh melalui situ resmi Bursa Efek Indonesia serta peneliti menggunakan teknik studi pustaka yang dilakukan

dengan cara membaca beberapa literatur yang terkait dengan topik penelitian, artikel, jurnal, dan berbagai macam sumber tujuan lainnya dengan tujuan untuk memperoleh gambaran maupun landasan teori dalam merumuskan masalah dan menganalisis masalah atau informasi.

F. METODE ANALISIS DATA

Analisis yang dilakukan terhadap data yang telah dikumpulkan adalah analisis pengaruh profitabilitas, pertumbuhan asset, dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik, dimana ia menggunakan penerapan SPSS (Statistical Product and Services Solutions). Setelah data-data yang diperlukan terkumpul, maka selanjutnya dilakukan analisis data yang terdiri dari statistik deskriptif, uji normalitas dan uji hipotesis menggunakan *Paired sample t-test* dan *Wilcoxon signed-rank test*.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi).

2. Uji Normalitas

Uji normalitas data menjadi syarat pokok dalam analisis parametrik seperti korelasi, uji perbandingan rata-rata, analisis varian dan sebagainya, karena data yang akan dianalisis parametrik harus berdistribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui populasi data berdistribusi normal atau tidak (Priyatno, 2012 hal.136).

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Ia bertujuan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi secara teoritis (distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential). Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* ini biasanya digunakan untuk menguji normalitas data berskala interval atau rasio. Pengambilan keputusan didapat dari nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai Sig. > 0,05 maka

distribusi data dinyatakan normal. Sebaliknya, jika nilai Sig. < 0,05 maka distribusi data dinyatakan tidak normal (Priyatno, 2012 hal.136).

Pengujian normalitas data dilakukan untuk menentukan alat analisa yang akan digunakan dalam uji hipotesa. Jika data berdistribusi normal maka digunakan uji statistik *paired sample t-test*. Tetapi jika data tidak berdistribusi normal, alat analisa yang digunakan adalah metode non-parametik *Wilcoxon signed-rank test* (Priyatno, 2012 hal.136).

3. Uji Hipotesis

a. *Paired sample t-test*

Paired sample t-test atau uji t sampel berpasangan, merupakan analisis yang digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata dari dua kelompok sampel yang berpasangan atau berhubungan. Uji beda rata-rata dua sampel (*paired sample T-Test*) adalah alat analisis yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya perbedaan rata-rata dua sampel bebas. Dua sampel yang dimaksud disini adalah sampel yang sama namun mengalami proses pengukuran dan perlakuan yang berbeda (Priyatno, 2012 hal.136).

Langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis

H_0 : Tidak ada perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

H_a : Ada perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

2) Menentukan tingkat signifikansi, penelitian ini menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

3) Memperoleh nilai signifikansi

4) Kriteria pengujian

H_0 diterima jika signifikansi > 0,05

H_0 ditolak jika signifikansi < 0,05

5) Membandingkan signifikansi

6) Menarik kesimpulan

b. *Wilcoxon signed-rank test*

Wilcoxon signed-rank test merupakan uji non-parametrik yang tidak mensyaratkan data berdistribusi normal. Ia digunakan untuk menguji apakah ada perbedaan antara dua kelompok sampel yang berpasangan. Uji ini sering digunakan sebagai alternatif pengganti dari *paired sample t-test* jika data tidak berdistribusi normal (Priyatno, 2012 hal.136). Tahap-tahap *wilcoxon signed-rank test* adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

H_0 : Tidak ada perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

H_a : Ada perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

2) Menentukan taraf signifikansi, penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05

3) Pengambilan keputusan

Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

4) Menarik kesimpulan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

a. PT. Ace Hardware Indonesia Tbk

1) Profil Perusahaan

PT Ace Hardware Indonesia Tbk (AHI) didirikan pada tahun 1995 oleh PT Kawan Lama Sejahtera dan membuka gerai pertamanya pada tahun 1996 di Karawaci, Tangerang, Jawa Barat. Saat ini, AHI merupakan perusahaan di sektor ritel home improvement dan lifestyle Indonesia. Sejak tanggal 6 November 2007, AHI menjadi emiten di Bursa Efek Indonesia dengan kode bursa "ACES" yang menawarkan saham Perseroan sebesar 30% kepada publik melalui mekanisme Initial Public Offering. Ekspansi Perseroan juga diwujudkan melalui pembukaan gerai secara online dengan meluncurkan "ruparupa.com" pada 25 April 2016. Dengan kepemilikan AHI sebesar 30%, ruparupa.com merupakan pelengkap dan pilihan destinasi belanja baru bagi para pelanggan. Ruparupa.com juga menyediakan berbagai produk lain yang berasal dari perusahaan lain di bawah Grup Kawan Lama, dan merupakan alternatif untuk pelanggan di kota yang belum memiliki gerai Ace. Dinamika perilaku masyarakat dalam berbelanja kini berubah dan semakin beragam. Kemudahan akses informasi dan perkembangan teknologi yang pesat turut berperan dalam menciptakan fenomena baru cara berbelanja yang lebih praktis, cepat, dan aman. Saat ini, lebih dari 25.000 jenis produk telah tersedia dalam 10 kategori pilihan, seperti Rumah Tangga, Dapur Minimalis, Bed & Bath, Home Improvement, Furniture, Otomotif, Hobi & Gaya Hidup, Kesehatan & Olahraga, Elektronik & Gadget, serta Mainan & Bayi. Ratusan produk baru juga akan terus ditambah setiap harinya, dengan penawaran harga di gerai online yang sama dengan harga di gerai fisik. Pelanggan

yang memiliki kartu anggota Ace Hardware Rewards akan mendapatkan keuntungan lebih bila berbelanja di ruparupa.com, yaitu point redemption, dengan menukarkan poin yang dimiliki untuk mendapatkan voucher belanja di ruparupa.com.

2) Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi Perusahaan

“Menjadi peritel terdepan di Indonesia untuk produk home improvement dan lifestyle”

b) Misi Perusahaan

“Menawarkan ragam produk berkualitas tinggi dengan harga bersaing dan didukung oleh layanan terpadu dari tim profesional”

b. PT. Matahari Department Store Tbk

1) Profil Perusahaan

Matahari Department Store Tbk (LPPF) didirikan tanggal 01 April 1982 dengan nama PT Stephens Utama International Leasing Corp dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1982. Kantor pusat LPPF terletak di Menara Matahari Lantai 15, Jl. Bulevar Palem Raya No. 7, Lippo Karawaci 1200, Tangerang 15811 – Indonesia. LPPF beberapa kali melakukan perubahan nama, antara lain:

- PT Stephens Utama International Leasing Corp
- Pacific Utama Tbk
- Matahari Department Store Tbk

Pada tahun 2011 Matahari Department Store Tbk / LPPF melakukan penggabungan usaha (Merger) dengan PT Meadow Indonesia. Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Matahari Department Store Tbk adalah Multipolar Tbk (MLPL) (20,48%). Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan LPPF bergerak dalam usaha jaringan gerai serba ada yang menyediakan berbagai macam barang seperti pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, peralatan rumah tangga dan

mainan serta jasa konsultan manajemen. Matahari Department Store memiliki 142 gerai yang tersebar di kota-kota besar Indonesia. Pada tahun 1989, LPPF memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham LPPF (IPO) kepada masyarakat sebanyak 2.140.000 dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dengan harga penawaran Rp7.900,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 09 Oktober 1989.

PT Matahari Department Store Tbk (“Matahari” atau “Perseroan”) memiliki sejarah yang panjang dalam dunia ritel Indonesia. Memulai perjalanan pada tanggal 24 Oktober 1958 dengan membuka gerai pertamanya berupa toko fashion anak-anak di daerah Pasar Baru Jakarta, Matahari melangkah maju dengan membuka department store modern pertama di Indonesia pada tahun 1972. Sejak itu Matahari telah menjadikan dirinya sebagai merek asli nasional. Sampai saat ini mengoperasikan 155 gerai yang tersebar di 74 kota di seluruh Indonesia, dengan luas ruang hampir satu juta meter persegi dan telah mengembangkan kehadirannya dalam dunia online melalui MatahariStore.com. Dengan perjalanan usaha yang telah dibangun selama 60 tahun, Matahari senantiasa menyediakan pilihan fashion dengan trend terkini untuk kategori pakaian dan mode, serta produk-produk kecantikan dan barang-barang keperluan rumah tangga lainnya yang ditampilkan dalam gerai modern serta Matahari.com. Matahari sangat bangga atas dukungannya terhadap perekonomian Indonesia dengan mempekerjakan lebih dari 40.000 karyawan dan berpartner dengan sekitar 850 pemasok lokal serta pemasok internasional.

Merek-merek eksklusif Matahari telah berulang kali terpilih sebagai merek fashion terfavorit di Indonesia dan hanya dijual di gerai Matahari dan MatahariStore.com. Perseroan juga telah

berulang kali meraih penghargaan baik nasional maupun internasional dalam segala aspek bisnisnya, yang menunjukkan reputasi baik Perseroan sebagai salah satu perusahaan yang dinamis, dan terpercaya. Penghargaan tersebut antara lain peringkat ke-3 di antara peritel Indonesia dalam Top 500 Retail Asia Pacific (Retail Asia, Euromonitor, & KPMG); dan Brand Asia 2017 sebagai Top 3 Most Powerful Retail Brand in Indonesia (Nikkei BP Consulting, Inc).

2) Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi Perusahaan

Semua orang Indonesia dapat tampil menarik dan nyaman.

b) Misi Perusahaan

Menyediakan berbagai kebutuhan fashion berkualitas dan terjangkau bagi para pelanggan dengan suasana yang ramah, sehingga dapat memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

c. PT. Mitra Adi Perkasa Tbk.

1) Profil Perusahaan

Berdiri pada tahun 1995, MAP mengalami pertumbuhan pesat selama bertahun-tahun ditandai dengan peluncuran saham perdana Perusahaan pada bulan November 2004. Kini, MAP adalah peritel gaya hidup terkemuka di Indonesia dengan lebih dari 2.300 gerai ritel dan beragam portofolio yang mencakup sports, fashion, department stores, kids, food & beverage serta produk-produk lifestyle. Beberapa merek terkemuka yang dikelola oleh MAP termasuk Starbucks, Zara, Marks & Spencer, SOGO, SEIBU, Oshkosh B'Gosh, Reebok, di antara lainnya. Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia, memiliki lebih dari 26.000 karyawan, MAP memenangkan penghargaan Most Admired Companies (Top 20) dari Fortune Indonesia pada tahun 2012 dan Top 40 Companies dari Forbes Indonesia pada tahun 2011. Selain

dari bidang usaha ritel, MAP juga merupakan distributor terkemuka untuk merek-merek sports, kids dan lifestyle.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan MAPI meliputi perdagangan, jasa, manufaktur, transportasi, pertanian, kehutanan, perkebunan, perikanan, peternakan dan pertambangan. Kegiatan utama MAPI adalah bergerak di bidang perdagangan eceran, pakaian, sepatu, asesoris, tas dan peralatan olahraga di lebih dari 1.900 toko/outlet yang berlokasi di Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Medan, Makassar, Batam, Manado dan kota-kota lainnya di Indonesia.

Ijin distribusi merek (toko) yang dimiliki oleh MAPI, diantaranya: The Athlete's Foot (toko eceran), Adidas, Nine West, Wilson, Oakley, Asics, Speedo, Kipling, Bandai, Oshkosh B'Gosh, H2O, Next, Airwalk, Rockport, Nautica, Lacoste, Barbie, Diadora, Wallis, Miss Selfridge, Dorothy Perkins, Topman, Topshop, US Kids Golf, Converse, Walt Disney dan Pandora.

Adapun ijin distribusi merek (toko) yang dimiliki MAPI melalui anak usaha, antara lain: penjualan retail (Marks & Spencer, Zara, Zara Home, Massimo Dutti, Pull & Bear, Carter's OshKosh B'gosh, Blanco, Camper, Linea, Payless Shoesource, Stradivarius, Bershka, Spanx, Alpure H2O, Crabtree & Evelyn, Brooks Brothers, Sephora, Penshoppe, Gildan, Camaieu dan Cotton On), departemen store (Sogo, Lotus, Debenhams, Seibu, Alun-alun Indonesia, Galeries Lafayette dan Foodhall), kafe dan restoran (Chatter Box, Starbucks, Pizza Marzano, Burger King, Cold Stone Creamery, Krispy Kreme, Paul Bakery & Resto dan Genki Sushi), toko buku (Kinokuniya Book Store) dan lain-lain (Sunter Mall).

Pada tanggal 29 Oktober 2004, MAPI memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham MAPI (IPO) kepada masyarakat sebanyak

500.000.000 dengan nilai nominal Rp500,- per saham dengan harga penawaran Rp625,- per saham. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 10 Nopember 2004.

2) Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi Perusahaan

- Berperan aktif di bidang pendidikan
- Membangun sosok manusia Indonesia yang tangguh, terampil dan berkarakter demi masa depan bangsa yang lebih baik melalui usaha ritel Perusahaan.

b) Misi Perusahaan

- Menularkan hal-hal positif dan membantu memberikan alternatif solusi masalah sosial kepada masyarakat, khususnya masyarakat dari keluarga pra-sejahtera dan di lingkungan sekitar di mana perusahaan kami beroperasi.
- Senantiasa memberi, menginspirasi serta memberdayakan masyarakat
- Menumbuhkan harapan menuju kehidupan yang lebih baik, khususnya melalui bidang pendidikan, kesehatan, dan lingkungan
- Mendukung aktifitas positif dan bekerjasama lebih dekat dengan berbagai komunitas dimana perusahaan kami beroperasi

d. PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk

1) Profil Perusahaan

PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk didirikan pada tahun 1978, dengan tujuan untuk melayani konsumen kelas bawah hingga menengah-bawah, yang dikarakterisasi berpendapatan yang relative minimal. Perusahaan yang menawarkan serangkaian produk produk, meliputi pakaian, sepatu, tas, mainan, alat tulis, alat rumah tangga, dan supermarket ini pada tanggal 4 September 2016, meluncurkan toko online melalui platform online yang

terkenal, Tokopedia. Walaupun menurut manajemen toko online hanya akan memiliki dampak yang sangat kecil untuk RALS karena pelanggannya sebagian besar tidak memakai kartu kredit. Tetapi ia percaya pembentukan toko online menguntungkan karena: 1) akan memungkinkan perusahaan untuk mengambil kesempatan dalam pertumbuhan e-commerce di masa depan. 2) platform online melalui Tokopedia tidak semahal membangun situs online sendiri, seperti yang pesaing lakukan (www.mataharimall.com, www.mapemall.com).

2) Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi Perusahaan

Solusi untuk Produk Busana. Hadir sebagai solusi pasar massal dalam hal produk fashion.

b) Misi Perusahaan

Menghadirkan pengalaman berbelanja yang seru dan menyenangkan, dengan jaminan produk berkualitas, gaya yang keren, dan harga yang terjangkau.

e. PT. Supra Boga Lestari Tbk

1) Profil Perusahaan

PT Supra Boga Lestari Tbk didirikan pada tahun 1997 dan memulai usahanya pada tahun 1998 dengan membuka supermarket pertama dengan nama “Ranch Market”, yang awalnya merupakan lisensi dari Ranch Market USA. Selanjutnya, Perusahaan melakukan pembenahan dan pengembangan atas konsep Ranch Market sesuai dengan pasar dan gaya hidup masyarakat Indonesia, dan pada tahun 2010 Perusahaan telah memutuskan perjanjian lisensi tersebut dan membeli merk Ranch Market untuk digunakan sebagai merk supermarket Perusahaan di Indonesia. Perusahaan menempatkan Ranch Market sebagai special store dengan konsep khusus, dengan target pasar kelas atas dan menengah atas. Perusahaan bergerak di industri ritel, dalam kategori Fast Moving Consumer Goods (FMCG) dan

specialty products. Supermarket Perusahaan menjual produk-produk kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan rumah tangga, antarlain beras, minyak goreng, gula pasir, susu, permen, rokok, barang-barang personal care, buah-buahan, sayur-sayuran, daging dan barang-barang olahan beku (ice cream and frozen food).

Pada bulan Oktober 2016, Perusahaan meluncurkan keSupermarket.com guna menjawab tantangan pasar e-commerce di Indonesia, terutama untuk kebutuhan daily groceries yang terus bertumbuh secara pesat. KeSupermarket.com merupakan sebuah platform belanja online produk-produk yang ada di Ranch Market dan Farmers Market, yang dilengkapi layanan antar sampai ke tempat pelanggan. Sebagai sebuah media transaksi online (ecommerce) bagi Ranch Market dan Farmers Market, keSupermarket.com menjanjikan pengalaman belanja online yang mudah dan nyaman, yang mengutamakan standar pengepakan yang sesuai untuk kategori fresh food grade, serta layanan pengiriman dalam waktu tempuh yang singkat (5km dari toko Ranch Market atau Farmers Market) untuk menjamin produk yang diterima tetap segar.

2) Visi dan Misi Perusahaan

a) Visi Perusahaan

Untuk menjadi panutan yang paling dihormati, dicintai dan dipercaya di industri supermarket Indonesia.

b) Misi Perusahaan

- Usaha kami adalah menawarkan produk makanan yang berkualitas tinggi dan pelayanan yang memuaskan
- Kami mempunyai komitmen untuk menyediakan produk makanan yang segar, sehat serta aman untuk dikonsumsi
- Keinginan kami untuk menyediakan kualitas yang terbaik adalah suatu proses yang berkelanjutan yang melibatkan aktivitas pembelian yang teliti

2. Hasil Statistik Deskriptif

Berikut akan ditampilkan deskriptif variabel yang ditinjau dari nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum. Dimana jika standar deviasi lebih besar dari pada nilai rata-rata maka berarti data yang ada memiliki variasi yang besar, begitu juga sebaliknya jika standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata maka berarti data yang ada memiliki variasi yang rendah. Nilai maksimal menunjukkan nilai terbesar pada data, sedangkan nilai minimum menunjukkan nilai terkecil pada data.

Tabel 4.1
Hasil Statistik Deskriptif

Keterangan	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NPM SEBELUM	0,23	18,84	7,56	7,99
NPM SESUDAH	2,08	22,34	11,11	8,39
ROA SEBELUM	-0,80	43,72	13,87	18,31
ROA SESUDAH	4,68	37,49	15,50	13,62
ROE SEBELUM	-1,45	480,05	102,72	211,14
ROE SESUDAH	8,51	81,03	28,91	29,81

Sumber: data olahan spss versi 23

Berdasarkan, informasi, yang, tertera, pada, tabel 4.1, hasil, analisis statistik, deskriptif, yang, didapat, akan, dirinci,,sebagai berikut:

a. *Net Profit Margin*

Hasil rata-rata analisis statistik deskriptif pada variabel *Net Profit Margin* (NPM) sebelum penerapan *e-commerce* adalah sebesar 7,56 dengan nilai standard deviasi sebesar 7,99. Sedangkan untuk hasil rata-rata sesudah penerapan *e-commerce* mengalami peningkatan dengan nilai 11,11 dengan standard deviasi sebesar 8,39. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan sub sektor perdagangan ritel dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan mengalami peningkatan sesudah penerapan *e-commerce*.

b. *Return on Asset*

Hasil rata-rata analisis statistik deskriptif pada variabel *Return on Asset* (ROA) sebelum penerapan *e-commerce* adalah sebesar 13,87 dengan nilai standard deviasi sebesar 18,32. Sedangkan untuk hasil rata-rata sesudah penerapan *e-commerce* mengalami

peningkatan dengan nilai 15,50 dengan standard deviasi sebesar 13,62. Hal ini menunjukkan bahwa hasil (*return*) atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih perusahaan sub sektor perdagangan ritel mengalami peningkatan sesudah penerapan *e-commerce*.

c. *Return on Equity*

Hasil rata-rata analisis statistik deskriptif pada variabel *Return on Equity* (ROE) sebelum penerapan *e-commerce* adalah sebesar 102,72 dengan nilai standard deviasi sebesar 211,14. Sedangkan untuk hasil rata-rata sesudah penerapan *e-commerce* mengalami penurunan dengan nilai 28,91 dengan standard deviasi sebesar 29,81. Hal ini menunjukkan bahwa hasil (*return*) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih perusahaan sub sektor perdagangan ritel mengalami penurunan sesudah penerapan *e-commerce*.

3. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Hasil dari uji normalitas tersebut akan menentukan uji hipotesis yang digunakan. Jika data berdistribusi normal, maka uji hipotesis yang digunakan adalah *Paired sample t-test*, dan jika tidak normal maka menggunakan *Wilcoxon signed rank test*. Hasil uji normalitas pada penelitian ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig, Sebelum	Sig. Sesudah	Kesimpulan
NPM	0,200	0,200	Berdistribusi Normal
ROA	0,200	0,200	Berdistribusi Normal
ROE	0,001	0,021	Tidak Berdistribusi Normal

Sumber: data olahan spss versi 23

Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa untuk variabel *Return on Equity* data tidak berdistribusi normal (sig. < 0,05), maka uji hipotesis yang digunakan adalah *Wilcoxon Signed Rank Test*. Sedangkan untuk variabel *Net Profit Margin* dan *Return on Assets* data berdistribusi normal (sig. > 0,05), sehingga pengujian dilakukan dengan menggunakan *Paired Sample T-Test*.

4. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.3
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>Paired Sample T-Test</i>		<i>Wilcoxon Signed Rank Test</i>	
	t Hitung	Sig.	Z Hitung	Sig.
NPM	-6,448	0,003	-	-
ROA	-0,768	0,485	-	-
ROE	-	-	-0,674	0,500

Sumber: data olahan spss versi 23

a. *Net Profit Margin*

Uji hipotesis pertama menggunakan *Paired Sample T-Test* karena pada tabel 4.2 hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal. Melalui pengujian ini maka akan diketahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara *Net Profit Margin* perusahaan perdagangan ritel sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. Rumusan untuk hipotesis statistik pertama adalah:

H_0 : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *Net Profit Margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

H_a : Terdapat perbedaan yang signifikan antara *Net Profit Margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Berdasarkan tabel 4.3 hasil perbandingan pada *Net Profit Margin* antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* diperoleh t hitung sebesar -6,448 dan signifikansi sebesar 0,003 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 (sig. > 0,05). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya ada perbedaan yang signifikan antara *Net Profit Margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

b. *Return on Asset*

Uji hipotesis pertama menggunakan *Paired Sample T-Test* karena pada tabel 4.2 hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal. Melalui pengujian ini maka akan diketahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara *Return on Asset* perusahaan perdagangan ritel sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. Rumusan untuk hipotesis statistik keempat adalah:

H₀ : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *C Return on Asset* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

H_a : Terdapat perbedaan yang signifikan antara *Return on Asset* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Berdasarkan tabel 4.3 hasil perbandingan pada *Return on Asset* antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* diperoleh t hitung sebesar -0,768 dan signifikansi sebesar 0,485 dimana nilainya lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 (sig. > 0,05). Maka H₀ diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara *Return on Asset* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

c. *Return on Equity*

Uji hipotesis kedua menggunakan *Wilcoxon Signed Rank Test* karena pada tabel 4.2 hasil uji normalitas menunjukkan data tidak berdistribusi normal. Melalui pengujian ini maka akan diketahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara *Return on Equity* perusahaan perdagangan ritel sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. Rumusan untuk hipotesis statistik kedua adalah:

H₀ : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *Return on Equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

H_a : Terdapat perbedaan yang signifikan antara *Return on Equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Berdasarkan tabel 4.3 hasil perbandingan pada *Return on Equity* antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* diperoleh z hitung sebesar -0,674 dan signifikansi sebesar 0,500 dimana nilainya

lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 (sig. > 0,05). Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya tidak ada perbedaan yang signifikan antara *Return on Equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

B. PEMBAHASAN

Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing hipotesis:

1. Hipotesis 1

Hasil analisis terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan *Net Profit Margin* (NPM) memiliki perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Sehingga hipotesis penelitian yang pertama DITERIMA.

Adanya perbedaan yang signifikan dalam profitabilitas diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shalihin dan Mujilahwati (2016). Terjadinya peningkatan NPM dikarenakan penjualan dari periode sebelum dan sesudah penerapan *ecommerce*

Selain itu, adanya kemungkinan bahwa pembuatan sebuah sistem *ecommerce* serta penyesuaian dengan teknologi baru memerlukan biaya yang cukup besar. Dampak biaya yang tinggi tersebut ikut mempengaruhi kenaikan biaya operasional perusahaan, akan tetapi perusahaan sudah mampu menekan biaya-biaya operasionalnya. Sehingga hal ini mempengaruhi laba ketika penerapan *e-commerce*. Bahkan jika dilihat dari nilai NPM pada beberapa perusahaan, nilainya ada di atas rata-rata keseluruhan data.

2. Hipotesis 2

Hasil analisis terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Asset* tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Sehingga hipotesis penelitian yang kedua DITOLAK.

Tidak adanya perbedaan yang signifikan dalam profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan oleh Chiesa Utomo Sukmono dan Hendratno (2018). Beberapa perusahaan yang mengalami peningkatan *Return on Assets* disebabkan karena laba bersih dan total aset yang meningkat, namun presentase peningkatan laba lebih besar.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan sudah baik dalam memanfaatkan aset-asetnya sehingga laba yang dihasilkan sudah baik, akan tetapi kurang maksimal. Hal ini berarti penerapan *e-commerce* belum banyak berdampak pada profitabilitas perusahaan. Dengan demikian perusahaan sudah mampu meningkatkan jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset, akan tetapi belum signifikan perbedaan dari yang sebelumnya.

3. Hipotesis 3

Hasil analisis terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Sehingga hipotesis penelitian yang kedua DITOLAK.

Tidak adanya perbedaan signifikan dalam profitabilitas yang diukur dengan *Return on Equity* (ROE) ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chiesa Utomo Sukmono dan Hendratno (2018). Beberapa perusahaan yang mengalami penurunan *Return on Equity* disebabkan karena laba bersih dan total ekuitas yang menurun, namun presentase penurunan laba lebih besar. Dan ada pula yang ekuitas perusahaan naik namun laba bersihnya menurun. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam memanfaatkan sumber dayanya (ekuitas) untuk menghasilkan laba yang maksimal.

C. REFLEKSI TAUHID

1. Investasi

Manajemen keuangan merupakan bagian dari tugas pimpinan perusahaan dengan tanggung jawab utama berupa keputusan-keputusan penting menyangkut investasi dan pembiayaan perusahaan. Jika hal ini dihubungkan dengan prinsip manajemen, maka aktivitas perolehan dan penggunaan dana dimaksud harus dilakukan secara efektif dan efisien.

Dalam kaitan ini terkandung berbagai fungsi manajemen : fungsi perencanaan, pengarahan dan pengendalian di dalam menggunakan dan memenuhi kebutuhan keuangan perusahaan. Manajemen keuangan melibatkan aktivitas investasi, pembiayaan dan kebijakan dividen dari perusahaan.

Pada umumnya investasi merupakan suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan pada masa depan. Terkadang, investasi disebut juga sebagai penanaman modal. Sedangkan dalam hukum Islam istilah investasi disebut mudharabah adalah menyerahkan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan presentase keuntungan. Investasi sendiri melibatkan dua orang, pertama pihak yang memiliki modal tetapi tidak pandai dalam melakukan usaha, kedua pihak yang tidak mempunyai modal tetapi pandai dalam melakukan usaha bisnis. Kontrak investasi dalam Islam dikategorikan sebagai kontrak amanah, yaitu kedua pihak dihukumkan sebagai rekan bisnis yang saling membantu (pembagian untung dan rugi) berdasarkan modal dari keduanya atau kita kenal dengan musyarakah. Artinya, tidak ada pihak yang menjadi penjamin atas pihak yang lainnya.

Keputusan Majma Fiqh Al-Islami menyebutkan, “Investasi apa pun yang menjadikan pihak pengusaha (mudharib) memberikan keuntungan dengan kadar tertentu kepada investor, maka hal itu adalah haram. Karena sifat investasi telah berubah menjadi elemen pinjaman dengan janji keuntungan riba”. Para ulama sepakat bahwa sistem penanaman modal ini diperbolehkan. Dasar hukum dari sistem ini adalah ijma' ulama yang memperbolehkannya. Diriwayatkan juga dari al-Alla bin Abdurahman, dari ayahnya, dari kakeknya bahwa Utsman bin Affan memberinya uang sebagai modal usaha dan keuntungannya dibagi menjadi dua.

Investasi yang berarti menunda pemanfaatan harta yang kita miliki pada saat ini, atau berarti menyimpan, mengelola dan

mengembangkannya merupakan hal yang dianjurkan dalam Al-Qur'an seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Yusuf 12: ayat 46-49.

يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعُ عِجَافٍ وَسَبْعِ سُنبُلَاتٍ
خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ لَعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ (46) قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ
سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ (47) ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ
ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ (48) ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ
عَامٌ فِيهِ يَغَاتُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْصِرُونَ (49) { [يوسف: 46 - 49

Artinya:

12:46. (Setelah pelayan itu berjumpa dengan Yusuf, dia berseru):
“Yusuf, hai orang yang amat dipercaya, terangkanlah kepada kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya.”

12:47. Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.

12:48. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.

12:49. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan di masa itu mereka memeras anggur.”

Ayat ini mengajarkan kepada kita untuk tidak mengonsumsi semua kekayaan yang kita miliki pada saat kita telah mendapatkannya, tetapi hendaknya sebagian kekayaan yang kita dapatkan itu juga kita tangguhkan pemanfaatannya untuk keperluan yang lebih penting. Dengan bahasa lain, ayat ini mengajarkan kepada kita untuk mengelola dan mengembangkan kekayaan demi untuk mempersiapkan masa depan. Secara harfiah mengelola harta itu bisa dilakukan dalam beberapa

bentuk, seperti untuk memenuhi kebutuhan primer (sandang, pangan dan papan), menyimpan di rumah, menabung atau mendepositokan di bank, mengembangkannya melalui bisnis, membelikan properti ataupun cara-cara lain yang halal dan berpotensi besar dapat menghasilkan keuntungan.

2. Jual Beli

Islam melihat konsep jual beli itu sebagai suatu alat untuk menjadikan manusia semakin dewasa dalam berpola pikir dan jual beli dalam Islam merupakan wadah untuk memproduksi khalifah-khalifah yang tangguh di muka bumi. Sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah ayat 254:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَكُمْ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ
وَلَا خِطَّةَ وَلَا شَفَاعَةً وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezeki yang telah Kami berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim(QS.Al-Baqarah:254).”

Tafsir Ibnu Katsiroleh Ismail bin Umar Al-Quraisyi bin Katsir Al-Bashri Ad-Dimasyqi, Melalui ayat ini Allah subhanahu wa ta'ala memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya untuk berinfak, yakni membelanjakan sebagian dari apa yang Allah rezekikan kepada mereka di jalan-Nya, yaitu jalan kebaikan.

Dengan demikian, berarti mereka menyimpan pahala hal tersebut di sisi Tuhan yang memiliki mereka semua, dan agar mereka bersegera melakukan hal tersebut dalam kehidupan di dunia ini, yaitu:

“...sebelum datang suatu hari.”

Hari yang dimaksud adalah hari kiamat, yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi persahabatan yang akrab dan tidak ada lagi syafaat.

Artinya, pada hari itu seseorang tidak dapat membeli dirinya sendiri, tidak dapat pula menebusnya dengan harta, sekalipun ia

menyerahkannya dan sekalipun ia mendatangkan emas sepenuh bumi untuk tujuan itu. Persahabatan yang akrab dengan seseorang tidak dapat memberikan manfaat apa pun kepada dirinya, bahkan nasabnya sekalipun, seperti yang dinyatakan di dalam firman lainnya: “Apabila sangkakala ditiup, maka tidaklah ada lagi pertalian nasab di antara mereka pada hari itu, dan tidak ada pula mereka saling bertanya (Q.S. Al-Mu’minun [23]: 101).”

Firman Allah subhanahu wa ta’ala:

“...dan tidak ada lagi syafaat.”

Yakni tiada bermanfaat bagi mereka syafaat orang-orang yang memberikan syafaatnya.

Firman Allah subhanahu wa ta’ala:

“Dan orang-orang kafir itulah orang-orang yang zalim.”

Mubtada dalam ayat ini dibatasi oleh khabar-nya, yakni orang-orang yang benar-benar zalim di antara mereka yang datang menghadap kepada Allah adalah orang yang kafir.

Tafsir QS. Al Baqarah: 254 oleh Kementrian Agama RI. Dengan ayat ini, Allah subhanahu wa ta’ala memerintahkan kepada orang-orang yang beriman supaya mereka menafkahkan sebagian dari harta benda yang telah dilimpahkan-Nya kepada mereka untuk kepentingan diri dan keluarga, atau kepentingan masyarakat umum.

Mereka harus ingat bahwa nanti akan datang suatu hari di mana tidak akan ada lagi kesempatan bagi mereka untuk membelanjakan harta benda tersebut, sebab pada hari itu terjadi hari kiamat yang diikuti oleh hari pembalasan. Tidak ada lagi teman karib yang akan memberikan pertolongan, dan tak ada lagi orang-orang yang dapat menyelamatkan dan memberikan bantuan. Harta benda dan anak cucu pun tak dapat memberikan pertolongan apa-apa. Kecuali orang-orang yang datang menghadap Tuhan dengan hati yang suci dan amal yang banyak. Pada hari itu akan tampak jelas kekayaan Allah subhanahu wa ta’ala.

Orang-orang yang tidak mau membelanjakan harta bendanya di dunia untuk kepentingan umum (fisabilillah) adalah orang-orang yang

mengingkari nikmat Allah. Dan dengan demikian mereka akan menjadi orang-orang yang zalim terhadap diri sendiri dan terhadap orang lain. Zalim terhadap diri sendiri adalah karena dengan keingkaran itu ia akan mendapat azab dari Allah subhanahu wa ta'ala dan zalim terhadap orang lain, karena ia enggan memberikan hak orang lain yang ada pada harta bendanya itu, baik berupa zakat yang telah diwajibkan kepadanya maupun berupa sedekah dan sumbangan-sumbangan yang dianjurkan oleh agama.

Ada beberapa pendapat para ulama mengenai infak atau “pembelanjaan harta” yang dimaksudkan dalam ayat ini. Sebagian mengatakan bahwa yang dimaksud dalam ayat ini ialah infak wajib, yaitu zakat, karena di akhir ayat ini Allah menyebut orang-orang yang tidak mau berinjak itu sebagai orang-orang kafir. Seandainya yang dimaksudkan dengan infak di sini hanya sunat, yaitu “sedekah”, tentulah mereka yang tidak bersedekah itu tidak akan disebut sebagai orang-orang kafir.

Dan sebagian ulama berpendapat bahwa yang dimaksudkan dengan infak dalam ayat ini ialah infak untuk kepentingan jihad fisabilillah, yaitu untuk kepentingan perjuangan menegakkan agama Allah, serta mempertahankan diri dan negara terhadap ancaman musuh. Sedang ulama yang lain berpendapat bahwa yang dimaksudkan dengan infak dalam ayat ini adalah infak wajib dan infak sunat, yaitu zakat dan sedekah.

Adapun kata-kata “kafir” dalam ayat itu adalah dengan arti “enggan berzakat” bukan kafir, tidak beriman. Harta benda menurut Islam adalah mempunyai fungsi sosial, di samping untuk kepentingan pribadi. Oleh sebab itu, apabila seseorang telah berhasil memperoleh harta benda dengan cara-cara yang halal, maka ia mempunyai kewajiban untuk membelanjakan sebahagian dari harta benda itu untuk kepentingan diri dan keluarganya, dan sebagiannya lagi untuk kepentingan umum, baik berupa zakat, atau sedekah-sedekah dan sumbangan suka rela untuk kemaslahatan umum. Menunaikan zakat mengandung dua macam

faedah, pertama faedah bagi orang yang menunaikan zakat itu ialah membebaskannya dari kewajiban yang telah dipikulkan Allah kepadanya dan dengan demikian ia akan memperoleh rida dan ganjaran-Nya, dan juga akan menghilangkan sifat kikir dari dirinya.

Faedah kedua ialah bahwa penunaian zakat itu berarti pula mensucikan harta bendanya yang tinggal setelah zakat itu dikeluarkan, sebab selama zakat itu belum dikeluarkan, senantiasalah pada hartanya itu tersangkut hak orang lain, yaitu hak kaum kerabat, fakir miskin, ibnu sabil dan orang-orang lain yang memerlukan pertolongan.

Sungguh amat tinggilah hikmah yang terkandung dalam syariat Islam yang berkenaan dengan zakat ini. Sebab manusia pada umumnya adalah bersifat kikir. Apabila ia berhasil memperoleh harta benda, beratlah hatinya untuk membelanjakan harta bendanya itu untuk kepentingan orang lain. Bahkan ada pula orang yang enggan membelanjakan harta bendanya bagi kepentingan dirinya sendiri padahal ia telah bersusah payah mengumpulkannya. Kalau dia ingat bahwa pada suatu ketika ia akan meninggalkan dunia fana ini dan meninggalkan harta benda itu sendiri niscaya ia tidak akan bersifat demikian. Agama Islam telah menunjukkan obat yang sangat manjur untuk membasmi penyakit bakhil dari hati manusia. Islam memberikan didikan dan latihan kepada manusia untuk bersifat dermawan, murah hati, dan suka berkorban untuk kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain, ialah dengan peraturan zakat dan sedekah.

Di samping itu sedekah dan sumbangan-sumbangan yang kita berikan untuk kepentingan umum oleh agama dinilai sebagai amal jariyah, yaitu suatu amal yang pahalanya akan tetap mengalir kepada orang yang melakukannya walaupun ia telah meninggal dunia selama hasil sumbangannya itu dapat dinikmati dan dimanfaatkan oleh masyarakat umum.

Akan tetapi dalam penunaian zakat dan sedekah itu diperlukan niat yang ikhlas, yaitu mencari rida Allah dan terjauh dari sifat riya, ingin dipuji dan disanjung oleh sesama manusia. Tambahan pula menunaikan

zakat dan sedekah itu adalah merupakan suatu manifestasi dari rasa iman dan syukur kepada Allah yang telah menjanjikan akan menambah rahmat-Nya kepada siapa saja yang mau bersyukur. Sebaliknya orang-orang yang tidak mau bersyukur sehingga ia enggan berzakat dan bersedekah telah diancam dengan azab di hari kemudian.

Allah berfirman:“Sesungguhnya jika kamu bersyukur pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih (Q.S. Ibrahim [14]: 7).”

Intinya kita sebagai manusia yang bertaqwa kepada Allah SWT harus membelanjakan harta kita sesuai dengan syariat islam, tidak boleh boros dan membuang buang harta untuk kegiatan yang tidak bermanfaat, karena boros adalah bagian dari perbuatan syaiton. Dan kita diwajibkan untuk berzakat dalam harta yang kita peroleh tersebut, karena di dalam harta kita terdapat kewajiban untuk orang yang membutuhkan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai analisis perbandingan kinerja keuangan perusahaan sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*, berikut penulis simpulkan hasil dari penelitian :

1. Terdapat perbedaan *Net Profit Margin* pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.
2. Tidak terdapat perbedaan *Return on Asset* pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.
3. Tidak terdapat perbedaan *Return on Equity* pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel sebelum dan sesudah menerapkan *e-commerce*.

B. IMPLIKASI

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka hasil implikasi terhadap penelitian ini :

1. Bagi investor yang ingin berinvestasi khususnya di perusahaan sub sektor perdagangan ritel hendaknya mengkaji laporan terlebih dahulu dan hasil *Net Profit Margin* per tahunnya. Karena dalam penelitian ini nilai *Net Profit Margin* disimpulkan memiliki perbedaan yang signifikan sehingga menjadi informasi yang baik bagi para calon investor.
2. Bagi perusahaan sub sektor perdagangan ritel tentunya dapat semakin meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengelola operasionalnya agar meningkat pula profitabilitas perusahaan..

C. KETERBATASAN

Penelitian ini masih mempunyai beberapa keterbatasan diantaranya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini hanya menguji profitabilitas perusahaan.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel, sehingga kurang mewakili seluruh sektor industri yang ada di Bursa Efek Indonesia.

3. Penelitian ini hanya mengambil periode penelitian lima tahun yaitu 2014-2018 dengan *event study* tahun 2016, sehingga data yang diambil ada kemungkinan kurang mencerminkan kondisi perusahaan dalam jangka panjang.
4. Adapun pengujian yang digunakan dalam penelitian ini hanya uji normalitas, uji *paired sample t-test*, dan *wilcoxon signed rank test*.

D. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, maka dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Investor

Bagi investor, disarankan lebih cermat dalam memilih perusahaan, untuk menginvestasikan modalnya dengan cara melihat profitabilitas sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Untuk lebih memaksimalkan sistem *e-commerce* yang sudah diterapkan, sehingga kenyamanan dan keamanan konsumen terjamin yang berdampak pada keyakinan konsumen dalam membeli produk tersebut. Selain itu periklanan yang maksimal juga diperlukan untuk memberikan sosialisasi kepada konsumen adanya sistem berbelanja yang lebih mudah di perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan toko online lainnya dan penerapan *e-commerce* bukan sekadar mengikuti tren saja.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk menambah cakupan sampel, tidak hanya pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel, tetapi semua perusahaan di Bursa Efek Indonesia yang telah menerapkan sistem *e-commerce* dan dengan jangka waktu yang lebih lama. Selain itu, peneliti selanjutnya agar menambah indikator rasio keuangan lainnya, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Agung, A. A. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, S. S. 2016. *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Edisi 1. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hery. 2015. *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. 2013. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 1. Jakarta: Rajawali Pers.
- Munawir, S. 2014. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiono, A., & Untung, E. 2016. *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Grasindo.
- Sudaryono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Edisi 1. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tandelilin, Eduardus 2017. *Pasar Modal Manajemen Portofolio & Investasi*. Yogyakarta: PT Kanisius.

Jurnal

- Aprilia, Nur Siylvia. 2015. Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Akuisisi Pada Perusahaan Manufaktur. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4 (2) : 1-19.
- Arif, Abubakar dan Ukassa, Husein. 2010. Analisis Kinerja Keuangan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Pasca Privatisasi. *Jurnal Informasi Perpajakan Akuntansi dan Keuangan Publik*, 5 (1) : 1-19.
- Aulina, Sofia. 2012. Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum dan Sesudah Akuisisi Pada PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 14 (1) : 1-18.
- Dewi, Putu Yulia Kumalasari dan Suryantini, Ni Putu Santi. 2018. Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Sesudah Akuisisi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7 (5) : 52-66.

- Khukmiyah, Nur Hanik. 2018. Analisis Perbedaan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Kosmetik Yang Terdaftar Di Bei Sebelum Dan Setelah Maraknya Online Shop. *e-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*. 7 (2) : 74-82.
- Kusumaningtyas, Reza dan Handayani, Siti Ragil. 2018. Analisis Rasio Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Melakukan Akuisisi (Studi Kasus pada PT Alam Sutera Realty Tbk Periode 2008-2016). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 65 (1) : 2018.
- Pratiwi, Reisa dan Sedana, I.B Panji. 2017. Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Multinasional Sebelum Dan Sesudah Akuisisi (Studi Perusahaan Multinasional Pengakuisisi di BEI), 6 (1) : 235-263.
- Setiawan, Irwan Amdani. 2013. Analisis Rasio Keuangan Untuk Mengukur Kinerja Keuangan PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk Sebelum Dan Sesudah Akuisisi Periode 2007-2011. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 2 (1) : 74-83.
- Sukmono, Chiesa Utomo dan Hendratno. 2018. Analisis Perbandingan Profitabilitas Sebelum Dan Sesudah Menggunakan Teknologi Informasi (Studi Kasus: PT. Mitra Adiperkasa, Tbk). *SOSIOHUMANITAS*, 20 (1) : 84-95.
- Supardi, H., Suratno, H., & Suyanto. 2016. Pengaruh Current Ratio, Debt To Asset Ratio, Total Asset Turnover Dan Inflasi Terhadap Return On Asset. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi*, 2 (2) : 16-27.
- Qinannar, Atina Fiqha. 2018. Analisis Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online : Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Transportasi, Retail Trade Dan Perbankan Di Indonesia. *Skripsi Universitas Islam Indonesia*.
- Utama, A. C., & Muid, A. 2014. Pengaruh Current Ratio, Debt Equity Ratio, Debt Asset Ratio, Dan Perputaran Modal Kerja Terhadap Return On Asset Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010–2012. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3 (2) : 1-13.

LAMPIRAN 1
DATA PENELITIAN

NO.	KODE	NPM	NPM	ROA	ROA	ROE	ROE
		SEBELUM	SESUDAH	SEBELUM	SESUDAH	SEBELUM	SESUDAH
1	ACES	12,21	15,81	18,26	19,10	22,75	23,39
2	LPPF	18,84	22,34	43,72	37,49	480,05	81,03
3	MAPI	0,43	3,91	0,58	4,68	1,91	10,93
4	RALS	6,07	11,40	7,58	11,21	10,33	20,70
5	RANC	0,23	2,08	-0,80	5,01	-1,45	8,51

LAMPIRAN 2 HASIL OLAH DATA SPSS

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NPM SEBELUM	5	.23	18.84	7.5560	7.99448
NPM SESUDAH	5	2.08	22.34	11.1080	8.39148
ROA SEBELUM	5	-.80	43.72	13.8680	18.31455
ROA SESUDAH	5	4.68	37.49	15.4980	13.62018
ROE SEBELUM	5	-1.45	480.05	102.7180	211.14159
ROE SESUDAH	5	8.51	81.03	28.9120	29.80692
Valid N (listwise)	5				

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		NPM SEBELU M	NPM SESUDA H	ROA SEBELU M	ROA SESUDA H	ROE SEBELU M	ROE SESUDA H
N		5	5	5	5	5	5
Normal Parameters ^a	Mean	7.5560	11.1080	13.8680	15.4980	102.7180	28.9120
	Std. Deviation ^b	7.99448	8.39148	18.31455	13.62018	211.14159	29.80692
Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative	.214 .214 -.180	.204 .204 -.141	.234 .234 -.212	.224 .224 -.214	.448 .448 -.311	.373 .373 -.247
Test Statistic		.214	.204	.234	.224	.448	.373
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.001 ^c	.021 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

T-Test

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	NPM SEBELUM	7.5560	5	7.99448	3.57524
	NPM SESUDAH	11.1080	5	8.39148	3.75278
Pair 2	ROA SEBELUM	13.8680	5	18.31455	8.19052
	ROA SESUDAH	15.4980	5	13.62018	6.09113

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	NPM SEBELUM & NPM SESUDAH	5	.990	.001
Pair 2	ROA SEBELUM & ROA SESUDAH	5	.999	.000

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2- tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 NPM SEBELUM - NPM SESUDAH	- 3.55200	1.23169	.55083	- 5.08135	-2.02265	-6.448	4	.003
Pair 2 ROA SEBELUM - ROA SESUDAH	- 1.63000	4.74281	2.12105	- 7.51898	4.25898	-.768	4	.485

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
ROE SESUDAH - ROE	Negative Ranks	1 ^a	5.00	5.00
SEBELUM	Positive Ranks	4 ^b	2.50	10.00
	Ties	0 ^c		
	Total	5		

a. ROE SESUDAH < ROE SEBELUM

b. ROE SESUDAH > ROE SEBELUM

c. ROE SESUDAH = ROE SEBELUM

Test Statistics^a

	ROE SESUDAH - ROE SEBELUM
Z	-.674 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	.500

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

LAMPIRAN 3 LAPORAN PERFORMA KEUANGAN

ACES Ace Hardware Indonesia Tbk.

Financial Data and Ratios

Book End : December

Public Accountant : Aryanto, Amir Jusuf, Mawar & Saptoto

BALANCE SHEET	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Sep-18
<i>(In Million Rp, except Par Value)</i>					
Cash & Cash Equivalents	391,452	621,846	703,935	902,227	509,399
Receivables	19,762	16,146	28,143	89,837	64,419
Inventories	1,295,682	1,522,348	1,590,127	1,849,189	2,339,090
Current Assets	2,171,085	2,467,395	2,822,070	3,358,272	3,650,028
Fixed Assets	463,021	457,127	588,765	359,229	403,243
Other Assets	96,634	128,445	-	-	-
Total Assets	2,947,349	3,267,550	3,731,102	4,428,641	4,673,766
Growth (%)		10.66%	14.19%	18.70%	10.05%

Current Liabilities	426,630	412,289	388,653	478,209	548,381
Long Term Liabilities	158,571	226,435	293,721	440,210	500,285
Total Liabilities	585,200	638,724	682,374	918,419	1,048,666
Growth (%)		9.15%	8.83%	34.59%	14.18%

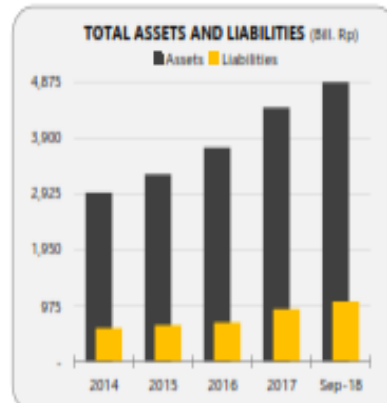
Authorized Capital	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
Paid up Capital	171,500	171,500	171,500	171,500	171,500
Paid up Capital (Shares)	17,150	17,150	17,150	17,150	17,150
Par Value	10	10	10	10	10
Retained Earnings	1,851,717	2,142,269	2,567,845	3,025,975	3,334,003
Total Equity	2,362,148	2,628,826	3,048,728	3,510,422	3,625,100
Growth (%)		11.29%	15.97%	15.14%	8.90%

INCOME STATEMENTS	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Sep-18
Total Revenues	4,541,474	4,742,526	4,935,903	5,938,576	5,163,330
Growth (%)		4.43%	4.08%	20.31%	

Cost of Revenues	2,347,890	2,488,809	2,584,146	3,103,860	2,685,458
Gross Profit	2,193,584	2,253,717	2,351,757	2,834,716	2,477,872
Expenses (Income)	1,477,290	1,484,790	1,471,167	1,868,358	1,592,532
Operating Profit	716,295	768,927	880,589	968,358	885,340
Growth (%)		7.35%	14.52%	9.97%	

Other Income (Expenses)	-34,416	-32,316	-17,462	-8,377	-12,876
Income before Tax	681,878	736,612	863,128	959,980	872,464
Tax	132,986	151,738	156,977	179,294	168,442
Profit for the period	548,893	584,873	706,150	780,687	704,022
Growth (%)		6.58%	20.74%	10.56%	

Period Attributable	554,769	588,325	710,580	777,727	697,372
Comprehensive Income	548,893	591,827	682,765	741,795	704,022
Comprehensive Attributable	554,769	595,064	688,439	739,236	697,372



LAMPIRAN 3

LAPORAN PERFORMA KEUANGAN

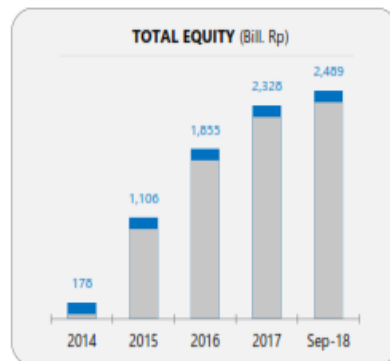
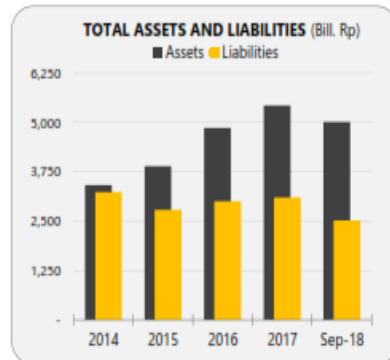
LPPF Matahari Department Store Tbk.

Financial Data and Ratios

Public Accountant : Tanudiredja, Wibisana, Rintis, & Partners

Book End : December

BALANCE SHEET	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Sep-18
<i>(in Million Rp, except Par Value)</i>					
Cash & Cash Equivalents	785,895	946,658	1,712,844	1,582,817	798,723
Receivables	109,381	76,026	94,566	151,949	157,541
Inventories	955,231	1,007,811	995,276	1,005,484	1,234,734
Current Assets	2,117,507	2,272,941	2,974,052	2,973,749	2,583,135
Fixed Assets	725,954	876,566	979,858	973,698	931,926
Other Assets	24,577	153,172	252,750	156,017	139,489
Total Assets	3,408,372	3,889,291	4,858,878	5,427,426	5,005,256
Growth (%)		14.11%	24.93%	11.70%	-7.78%
Current Liabilities	2,518,521	2,439,014	2,588,354	2,610,824	1,988,145
Long Term Liabilities	712,261	344,110	415,281	488,617	528,318
Total Liabilities	3,230,782	2,783,124	3,003,635	3,099,441	2,516,463
Growth (%)		-13.86%	7.92%	3.19%	-18.81%
Authorized Capital	386,794	386,794	386,794	386,794	386,794
Paid up Capital	386,794	386,794	386,794	386,794	386,794
Paid up Capital (Shares)	2,918	2,918	2,918	2,918	2,918
Par Value	3,000 & 350 & 100	3,000 & 350 & 100	3,000 & 350 & 100	3,000 & 350 & 100	3,000 & 350 & 100
Retained Earnings	3,362,730	4,290,564	5,040,383	5,513,125	5,673,933
Total Equity	177,590	1,106,167	1,855,243	2,327,985	2,488,793
Growth (%)		522.88%	67.72%	25.48%	6.91%
INCOME STATEMENTS					
Total Revenues	7,925,547	9,006,893	9,897,046	10,023,961	7,777,764
Growth (%)		13.64%	9.88%	1.28%	
Cost of Revenues	2,877,507	3,335,638	3,685,279	3,762,021	2,892,070
Gross Profit	5,048,040	5,671,255	6,211,767	6,261,940	4,885,694
Expenses (Income)	2,964,128	3,333,607	3,677,856	3,885,277	3,013,738
Operating Profit	2,083,912	2,337,648	2,533,911	2,376,663	1,871,956
Growth (%)		12.18%	8.40%	-6.21%	
Other Income (Expenses)	-233,368	-92,827	-1,245	19,637	10,815
Income before Tax	1,850,544	2,244,821	2,532,666	2,396,300	1,882,771
Tax	431,426	463,973	512,961	489,223	387,015
Profit for the period	1,419,118	1,780,848	2,019,705	1,907,077	1,495,756
Growth (%)		25.49%	13.41%	-5.58%	
Period Attributable	1,419,118	1,780,848	2,019,705	1,907,077	1,495,756
Comprehensive Income	1,419,118	1,798,352	1,995,902	1,907,077	1,495,756
Comprehensive Attributable	1,419,118	1,798,352	1,995,902	1,907,077	1,495,756



LAMPIRAN 3 LAPORAN PERFORMA KEUANGAN

MAPI Mitra Adiperkasa Tbk.

Financial Data and Ratios

Book End : December

Public Accountant : Osman Bing Satrio & Ery

BALANCE SHEET	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Sep-18
<i>(in Million Rp, except Par Value)</i>					
Cash & Cash Equivalents	512,672	503,892	1,525,716	1,286,373	1,028,602
Receivables	496,023	568,003	578,011	5,222,276	842,184
Inventories	3,203,403	3,356,489	3,006,978	3,066,188	3,422,323
Current Assets	5,162,036	5,696,202	6,616,256	6,798,522	7,274,922
Fixed Assets	2,548,206	2,437,928	2,636,983	3,103,305	3,370,817
Other Assets	148	4	1,868	-	-
Total Assets	8,686,175	9,482,935	10,683,438	11,425,390	12,441,464
Growth (%)		9.17%	12.66%	6.94%	8.89%

Current Liabilities	3,841,835	3,290,535	4,181,304	4,564,695	5,113,493
Long Term Liabilities	2,234,901	3,217,489	3,298,623	2,618,281	1,565,356
Total Liabilities	6,076,736	6,508,024	7,479,928	7,182,976	6,678,849
Growth (%)		7.10%	14.93%	-3.97%	-7.02%

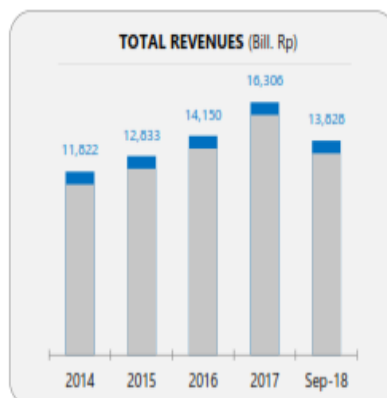
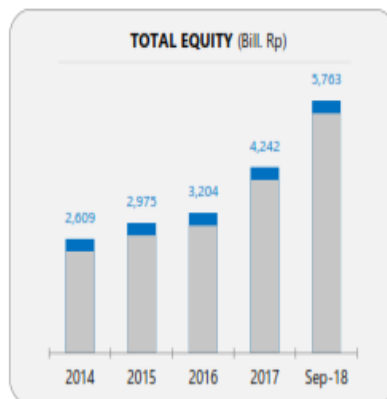
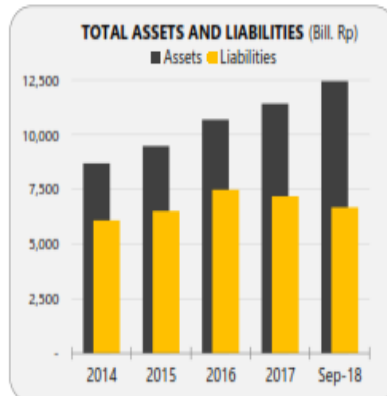
Authorized Capital	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000	2,000,000
Paid up Capital	830,000	830,000	830,000	830,000	830,000
Paid up Capital (Shares)	1,660	1,660	1,660	1,660	1,660
Par Value	500	500	500	500	500
Retained Earnings	1,652,802	1,697,102	1,905,578	2,147,938	2,690,410
Total Equity	2,609,439	2,974,911	3,203,510	4,242,414	5,762,615
Growth (%)		14.01%	7.68%	32.43%	35.83%

INCOME STATEMENTS	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Sep-18
Total Revenues	11,822,107	12,832,798	14,149,615	16,305,733	13,827,673
Growth (%)		8.55%	10.26%	15.24%	

Cost of Revenues	6,352,461	7,050,084	7,276,597	8,449,611	7,355,318
Gross Profit	5,469,645	5,782,715	6,873,018	7,856,121	6,472,355
Expenses (Income)	-	5,634,626	6,471,528	7,258,670	5,410,794
Operating Profit	-	-	-	597,451	1,061,561
Growth (%)					

Other Income (Expenses)	-5,277,857	-	-	-	-250,107
Income before Tax	191,788	148,089	401,490	597,451	811,454
Tax	118,525	117,994	193,015	247,370	223,311
Profit for the period	73,263	30,095	208,476	350,081	588,143
Growth (%)		-58.92%	592.72%	67.92%	

Period Attributable	74,082	37,334	208,476	334,651	557,671
Comprehensive Income	78,375	68,507	228,600	321,278	598,496
Comprehensive Attributable	79,195	75,745	228,600	306,786	568,024



LAMPIRAN 3 LAPORAN PERFORMA KEUANGAN

RALS Ramayana Lestari Sentosa Tbk.

Financial Data and Ratios

Book End : December

Public Accountant : Purwanto, Sungkoro & Surja

BALANCE SHEET	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Sep-18
<i>(in Million Rp, except Par Value)</i>					
Cash & Cash Equivalents	625,373	844,253	603,750	751,901	1,202,750
Receivables	23,306	33,612	51,726	57,122	37,083
Inventories	808,569	823,909	834,400	127,509	795,033
Current Assets	2,694,944	2,831,172	2,830,815	3,093,496	3,260,310
Fixed Assets	1,375,402	1,333,227	1,279,282	1,235,256	1,183,250
Other Assets	9,884	6,247	7,582	-	20,387
Total Assets	4,554,667	4,574,904	4,647,009	4,891,922	4,982,735
Growth (%)		0.44%	1.58%	5.27%	1.86%
Current Liabilities	967,544	960,890	1,008,981	1,048,640	850,824
Long Term Liabilities	227,676	280,210	300,629	348,937	384,344
Total Liabilities	1,195,220	1,241,100	1,309,610	1,397,577	1,235,168
Growth (%)		3.84%	5.52%	6.72%	-11.62%
Authorized Capital	1,400,000	1,400,000	1,400,000	1,400,000	1,400,000
Paid up Capital	354,800	354,800	354,800	354,800	354,800
Paid up Capital (Shares)	7,096	7,096	7,096	7,096	7,096
Par Value	50	50	50	50	50
Retained Earnings	2,895,480	3,045,099	3,247,049	3,411,608	3,669,969
Total Equity	3,359,447	3,333,804	3,337,399	3,494,345	3,747,567
Growth (%)		-0.76%	0.11%	4.70%	7.25%
INCOME STATEMENTS	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Sep-18
Total Revenues	5,861,348	5,533,004	5,857,037	5,622,728	4,516,774
Growth (%)		-5.60%	5.86%	-4.00%	
Cost of Revenues	3,813,511	3,537,000	3,654,539	3,410,434	2,511,757
Gross Profit	2,047,837	1,996,004	2,202,498	2,212,294	2,005,017
Expenses (Income)	1,749,425	1,745,310	1,834,344	1,835,510	1,431,526
Operating Profit	298,412	250,694	368,154	376,784	573,491
Growth (%)		-15.99%	46.85%	2.34%	
Other Income (Expenses)	89,712	113,926	96,911	89,808	78,149
Income before Tax	388,124	364,620	465,065	466,592	651,640
Tax	33,049	28,566	56,586	60,012	124,366
Profit for the period	355,075	336,054	408,479	406,580	527,274
Growth (%)		-5.36%	21.55%	-0.46%	
Period Attributable	355,075	336,054	408,479	406,580	527,274
Comprehensive Income	355,156	335,562	399,215	398,967	522,135
Comprehensive Attributable	355,156	335,562	399,215	398,967	522,135

