

**ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN SESUDAH  
PENERAPAN *E-COMMERCE* (STUDI PADA PERUSAHAAN *SUB SECTOR RETAIL  
TRADE* DALAM INDEX SAHAM SYARIAH INDONESIA (ISSI) DI BURSA EFEK  
INDONESIA)**

**Akbar\*, Nur Diana\*\*, dan Afifudin\*\*\***

**Email : [akbar.ta99@gmail.com](mailto:akbar.ta99@gmail.com)**

**Universitas Islam Malang**

**ABSTRACT**

*This research was conducted to determine whether there are differences in the financial performance of companies in the retail trade sub-sector which are included in the Indonesian Sharia Stock Index (ISSI) in the Indonesia Stock Exchange between before and after the implementation of e-commerce. The data analysis technique used in this study was the Paired Sample T-test for normally distributed data and the Wilcoxon Sign Rank Test for data that were not normally distributed. The variables analyzed consisted of profitability ratios as proxied by Return On Assets (ROA); liquidity ratio which is proxied by Current Ratio (CR); solvability ratio which is proxied by Debt to Assets Ratio (DAR); and the activity ratio which is proxied by Total Assets Turnover (TATO). Based on the results obtained in this study for the variables ROA, DAR, and TATO, it shows that there is a significant difference between before and after the implementation of e-commerce. Meanwhile, the CR variable shows that there is no significant difference between before and after the implementation of e-commerce.*

**Keywords:** *Financial Performance, Information & Technology Development, E-Commerce*

## **I. PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang**

Kemajuan teknologi dan informasi di zaman *modern* seperti saat ini menuntut para pelaku usaha untuk mengembangkan pengetahuannya agar dapat bertahan di pasar perdagangan. Hal ini menyebabkan konsumen menjadi sangat pilih-pilih tentang produk yang ada di pasaran. Ketika suatu produk sudah dikenal masyarakat dan tidak melakukan inovasi pada produknya, dipastikan konsumen akan beralih ke produk yang lebih inovatif. (Fiqha, 2018).

Segala jenis usaha tidak terlepas dari dorongan dan tekanan konsumen serta tekanan inovasi yang terus menerus di pasar. Di era digital saat ini, peningkatan efisiensi transaksi menuntut setiap pelaku usaha untuk bertransformasi dari transaksi tradisional menjadi transaksi online (media internet) atau *e-commerce*. Dalam transaksi *e-commerce*, tidak ada transaksi tatap muka antara pembeli dan penjual. *E-commerce* sendiri merupakan kegiatan mendistribusikan, menjual, membeli, dan memasarkan produk dengan menggunakan jaringan telekomunikasi seperti jaringan internet atau komputer (Harmayani et al., 2020).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada triwulan II tahun 2020, jumlah pengguna Internet di Indonesia mencapai 196,7 juta atau setara dengan 73,7% dari total penduduk Indonesia. Dibandingkan tahun 2018, jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9%, dan jumlah pengguna Internet di Indonesia telah mencapai 171,17 juta atau setara dengan 64,8% (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020) dan APJII memprediksikan tahun 2020 pengguna Internet akan lebih meningkat. Hal ini menjadi faktor pendorong para pengusaha untuk melakukan inovasi di bidang transaksi *online* atau munculnya perusahaan *e-commerce*. Masyarakat cenderung memilih transaksi *online* karena produk atau jasa yang disediakan oleh perusahaan *e-commerce* lebih praktis, efisien dan cenderung terjangkau.

Dengan demikian dapat menjadi pemicu pola konsumsi masyarakat berubah menjadi *consumer e-commerce*.

Dengan munculnya peluang ini, banyak perusahaan ritel tradisional (*offline*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2016 merespon peningkatan penjualan berbasis *online*. Dalam proses bisnis yang hanya berfokus pada gerai tradisional, peritel kini mulai mencari gerai *online* untuk mempertahankan eksistensinya di era digital dan meningkatkan kinerja keuangannya. Munculnya *e-commerce* harus memberi perusahaan peluang ekspansi untuk meningkatkan pangsa pasar dan penjualan. Perusahaan yang menggunakan *e-commerce* dapat mengembangkan aliran pendapatan baru dan lebih menjanjikan yang tidak ditemukan dalam sistem perdagangan tradisional, meningkatkan pangsa pasar, mengurangi biaya operasi, meningkatkan pengaruh global, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengelola pemasok (Anggrainie, 2020).

Menurut penelitian Sarastyarini & Yadnyana (2018), disebutkan bahwa bahwa perdagangan elektronik berdampak efektif terhadap kinerja perusahaan. Kemajuan perdagangan elektronik untuk UKM mengalami perubahan dari hari ke hari, dan kinerja UKM akan terus berkembang. Produktivitas pemakai berdampak efektif terhadap kinerja perusahaan. Dengan semakin efisiennya pengguna bisnis UKM, kinerja perusahaan di sektor bisnis UKM akan terus meningkat.

Berdasarkan penelitian tersebut menunjukkan jumlah penjualan meningkat secara signifikan pada UMKM setelah menerapkan sistem *e-commerce*. Secara tidak langsung hal tersebut membuktikan ancaman terhadap ritel tradisional. Hasilnya, bisnis merespons ancaman dengan menambahkan metode penjualan *online*. Namun, tidak pasti apakah pengecer besar dapat bersaing dengan bisnis *e-commerce* lainnya.

Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Suryani & Nasri (2020), berjudul “Analisis Komparatif Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Penerapan *e-commerce*”. Hasilnya, tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada *current ratio*, *debt equity ratio*, *total asset turnover*, dan *return on asset* perusahaan sub industri perdagangan sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan & Mulyapradana (2018), yang berjudul “Analisis Kinerja Keuangan Koperasi Jasa Kospin Sebelum dan Sesudah Penerapan Sistem *Online*”, penelitian membuktikan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah penerapan sistem aplikasi.

Berdasarkan beberapa uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas judul penelitian dari perspektif kinerja keuangan perusahaan sub sektor perdagangan ritel di Indeks Saham Syariah Indonesia dengan judul “**ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN E-COMMERCE (STUDI PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR RETAIL TRADE DALAM INDEX SAHAM SYARIAH INDONESIA (ISSI) DI BURSA EFEK INDONESIA)**”.

## 2. Rumusan Masalah

Berlandaskan penjelasan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut: 1) Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *profitability ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*? 2) Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *liquidity ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*? 3) Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *solvability ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*? 4) Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *activity ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*?

### 3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian peneliti yang ingin dicapai adalah antara lain sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *profitability ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. 2) Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *liquidity ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. 3) Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *solvability ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. 4) Untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *activity ratio* pada perusahaan *sub sektor retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Tinjauan Teori

#### 1.1 Definisi E-Commerce

*E-commerce* adalah penggunaan sarana elektronik seperti internet atau jaringan komputer untuk distribusi, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa. *E-commerce* yaitu suatu sistem pemasaran yang menggunakan aksesoris internet, baik yang dilakukan melalui *website*, aplikasi *mobile*, maupun *browser* pada perangkat *mobile* atau komputer yang digunakan untuk transaksi bisnis, salah satunya adalah transaksi komersial antara organisasi dan individu. (Mahzura, 2020). Kegiatan bisnis *e-commerce* mencakup banyak hal, ada beberapa jenis yang bisa membedakannya (dailysocial.id, 2018), di antaranya: *Business to Business (B2B)*, *Business to Consumer (B2C)*, *Consumer to Consumer (C2C)*, *Business to Government (B2G)*

#### 1.2 E-Commerce dalam Pandangan Islam

Transaksi atau penjualan dalam bahasa mengacau pada *Mujadalah* (saling tukar). Perdagangan adalah pertukaran hak milik dan penggantinya dengan barang lain melalui saling restu atau dengan cara yang dapat diterima. Jual beli juga dapat didefinisikan sebagai pertukaran aset atau jasa berdasarkan kesepakatan bersama atau pengalihan properti untuk pertukaran yang sah (dalam bentuk pertukaran hukum). Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa hakikat penjualan adalah kesepakatan untuk menukar barang atau jasa yang berharga berdasarkan kemauan (kesepakatan) kedua belah pihak sesuai dengan kesepakatan atau syarat-syarat tersebut (Safira & Fatriansyah, 2020).

#### 1.3 Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja perusahaan dapat digunakan untuk meningkatkan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Analisis kinerja keuangan adalah proses meninjau data secara ketat, menghitung, mengukur, menjelaskan dan memberikan solusi untuk keuangan perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Untuk mengukur kinerja keuangan menggunakan rasio keuangan, maka jenis-jenis rasio keuangan perusahaan adalah sebagai berikut:

##### 1. Profitability Ratio

Profitabilitas adalah rasio yang mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga dapat mengukur efektivitas manajemen perusahaan. Rasio ini erat kaitannya dengan kelangsungan hidup perusahaan (Huzari, 2020). Rasio ini erat kaitannya dengan kelangsungan hidup perusahaan. Rasio yang digunakan untuk mengetahui profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini adalah return on asset. Rumus rasio pengembalian aset adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

## 2. *Liquidity Ratio*

Rasio lancar adalah ukuran bagaimana perusahaan membayar hutang jangka pendeknya (Peranginangin & Manurung, 2020). Rasio yang digunakan untuk menentukan tingkat likuiditas perusahaan pada rasio ini adalah rasio *Current Ratio* (CR). Rumus rasio lancar adalah sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}} \times 100\%$$

## 3. *Solvability Ratio*

*Solvability ratio* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban dengan dibiayai melalui hutang. Perusahaan yang memiliki kekayaan atau aktiva yang cukup untuk membayar semua hutang-hutangnya disebut perusahaan yang *solvable*. Rasio yang digunakan untuk menentukan tingkat solvabilitas suatu perusahaan pada penelitian ini adalah *Debt to asset Ratio*. Rumus *Debt to asset Ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

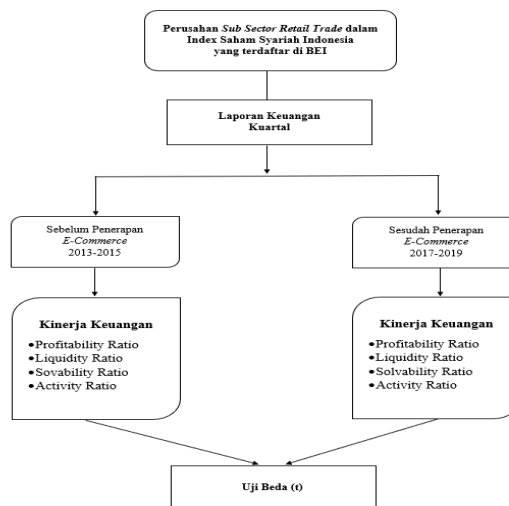
## 4. *Activity Ratio*

Rasio Aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mengukur efektivitas menggunakan aktiva yang dimilikinya (Huzari, 2020). Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dana yang tertanam dalam keseluruhan aktivitas yang berputar pada suatu periode tertentu. Rasio yang digunakan pada penelitian ini adalah *Total Assets Turnover*. Rumus *Total Assets Turnover* adalah:

$$\text{Tota Asset Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

## 2. Kerangka konseptual

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dan tinjauan teoritis, kerangka konseptual dapat dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

### 3. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka teori maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *profitability ratio* pada perusahaan *sub sector retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*

H<sub>2</sub> : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *liquidity ratio* pada perusahaan *sub sector retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*

H<sub>3</sub> : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *solvability ratio* pada perusahaan *sub sector retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*

H<sub>4</sub> : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *activity ratio* pada perusahaan *sub sector retail trade* dalam Index Saham Syariah Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

## III. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian komparatif yang menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan kuartal perusahaan pada sektor perdagangan eceran dalam Index Saham Syariah Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data untuk penelitian ini diperoleh dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Waktu penelitian dimulai pada 25 Oktober 2020 sampai 08 Februari 2021.

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor perdagangan eceran yang masuk dalam Index Saham Syariah Indonesia (ISSI) di Bursa Efek Indonesia. Sampel untuk penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sampel berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut :

- Merupakan perusahaan sektor perdagangan eceran yang masuk dalam Index Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode tiga tahun (2013-2015) sebelum penerapan *e-commerce* dan tiga tahun (2017-2019) sesudah penerapan *e-commerce*.
- Memiliki data laporan keuangan kuartal yang lengkap selama periode penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 72 data sampel perusahaan yang terdiri dari 6 perusahaan sektor perdagangan eceran yang masuk dalam Index Saham Syariah Indonesia (ISSI) periode tiga tahun (2013-2015) sebelum penerapan *e-commerce* dan tiga tahun (2017-2019) sesudah penerapan *e-commerce*.

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2018:39) adalah memperoleh informasi yang relevan dalam bentuk yang ditentukan oleh peneliti, dan kemudian menarik kesimpulan. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini meliputi: a) rasio profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA); b) rasio likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio* (CR); c) rasio leverage yang diproksikan dengan *Debt to Assets Ratio* (DAR); dan d) rasio aktivitas yang diproksikan dengan *Total Assets Turnover* (TATO).

### 3.4 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan adalah penerbitan laporan keuangan kuartal masing-masing perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tersedia di



website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), [www.syariahsaham.com](http://www.syariahsaham.com) ataupun web resmi perusahaan sampel yang bersangkutan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui media perantara, atau secara tidak langsung melalui buku, catatan, bukti atau arsip yang diterbitkan dan tidak diterbitkan. Dengan kata lain, peneliti mengumpulkan data pendukung lainnya dari jurnal, buku, artikel di internet, dan laporan keuangan.

### 3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis uji beda menggunakan *Paired Sample T-Test* dan *Wilcoxon Signed Rank Test* dengan penerapan aplikasi *Statistical Product and Services Solutions* (SPSS).

## IV. PEMBAHASAN PENELITIAN

### 4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Berikut adalah hasil dari uji normalitas pada penelitian ini:

**Tabel 4.4**  
**Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		ROA	ROA	CR	CR	DAR	DAR	TATO	TATO
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
N		72	72	72	72	72	72	72	72
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.04133	.01360	3.56937	3.39147	.35646	.39975	1.16090	1.26031
	Std. Deviation	.046895	.071822	3.757883	3.199517	.157063	.220969	.638873	.754785
Most Extreme Differences	Absolute	.183	.187	.310	.363	.152	.101	.098	.122
	Positive	.183	.140	.310	.363	.137	.101	.098	.122
	Negative	-.139	-.187	-.245	-.195	-.152	-.075	-.075	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		1.556	1.590	2.630	3.081	1.290	.861	.832	1.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.016	.013	.000	.000	.072	.449	.494	.237

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji analisis statistik deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. variabel *Return On Assets* pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1.556 dengan taraf signifikansi sebesar 0.016. Sedangkan variabel *Return On Assets* pada periode sesudah penerapan *e-commerce* memiliki taraf *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1.590 dengan taraf signifikansi sebesar 0.013. Maka hasil ini menunjukkan data tidak berdistribusi normal.
2. variabel *Current Ratio* (CR) pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 2.630 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Sedangkan variabel *Current Ratio* (CR) pada periode sesudah penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 3.081 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Maka hasil ini menunjukkan data tidak berdistribusi normal.
3. variabel *Debt to Asset Ratio* (DAR) pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1.290 dengan nilai signifikansi sebesar 0.072. Sedangkan variabel *Debt to Asset Ratio* (DAR) pada periode sesudah penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.861 dengan nilai signifikansi sebesar 0.449. Maka hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.
4. variabel *Total Assets Turnover* (TATO) pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.832 dengan nilai signifikansi sebesar 0.494. Sedangkan variabel *Total Assets Turnover* (TATO) pada periode sesudah

penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1.032 dengan nilai signifikansi sebesar 0.237. Hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.

## 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.2.1 Pengujian Hipotesis Variabel *Profitability Ratio*

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel *Profitability Ratio* yang diukur dengan *Return On Assets* menunjukkan data tidak berdistribusi normal. Maka pengujian hipotesis variabel ini menggunakan *Wilcoxon Signed Rank Test*. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**

**Hasil Uji *Wilcoxon Signed Rank Test* Variabel *Prifitability Ratio***

	ROA Sesudah - ROA Sebelum
Z	-3.476 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001

Berdasarkan hasil uji perbandingan diatas, pada variabel *Profitability Ratio* yang diukur dengan *Return On Assets* menunjukkan nilai Z hitung sebesar -3.476 dan nilai signifikansi sebesar 0.001 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha < 0.05$ ). Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap profitabilitas yang diukur melalui *Return On Assets* pada perusahaan sektor perdagangan eceran antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

### 4.2.2 Pengujian Hipotesis Variabel *Liquidity Ratio*

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel *Liquidity Ratio* yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) menunjukkan data tidak berdistribusi normal. Maka pengujian hipotesis variabel ini menggunakan *Wilcoxon Signed Rank Test*. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji *Wilcoxon Signed Rank Test* Variabel *Liquidity Ratio***

	CR Sesudah - CR Sebelum
Z	-.112 <sup>a</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.911

Hasil perbandingan variabel *Liquidity Ratio* yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* diperoleh nilai Z hitung sebesar -0.112 dan nilai signifikansi sebesar 0.911. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha > 0,05$ ). Artinya, pengujian hipotesis ini tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat likuiditas yang diukur melalui *Current Ratio* pada perusahaan perdagangan ritel antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

### 4.2.3 Pengujian Hipotesis Variabel *Solvability Ratio*

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel *Solvability Ratio* yang diukur dengan *Debt to Assets Ratio* (DAR) menunjukkan data berdistribusi normal. Maka pengujian hipotesis variabel ini menggunakan *Paired Sample T-Test*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Paired Samples Test Variabel *Solvability Ratio***

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	DAR Sebelum – DAR Sesudah	-.043292	.124967	.014727	-.072657	-.013926	-2.940	71	.004

Hasil Uji *Paired Sample T-Test* pada variabel *Solvability Ratio* yang diukur dengan *Debt to Assets Ratio* (DAR) menunjukkan nilai t hitung sebesar -2.940 dengan nilai signifikansi sebesar 0.004 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha < 0,05$ ). artinya terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat solvabilitas yang diukur melalui *Debt To Assets Ratio* pada perusahaan sektor perdagangan eceran antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

#### 4.2.4 Pengujian Hipotesis Variabel *Activity Ratio*

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel *Activity Ratio* yang diukur dengan *Total Assets Turnover* (TATO) menunjukkan data berdistribusi normal. Maka pengujian hipotesis variabel ini menggunakan *Paired Sample T-Test*. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Paired Samples Test Variabel *Activity Ratio***

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	TATO Sebelum – TATO Sesudah	-.099403	.264332	.031152	-.161518	-.037288	-3.191	71	.002

Berdasarkan hasil uji perbandingan diatas, pada variabel *Activity Ratio* yang diukur dengan *Total Assets Turnover* menunjukkan nilai t hitung sebesar -3.191 dengan nilai signifikansi sebesar 0.002 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ( $\alpha < 0.05$ ). Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat aktivitas yang diukur melalui *Total Assets Turnover* pada perusahaan perdagangan ritel antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan perusahaan perdagangan ritel sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:



- a. Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas yang diukur melalui *Return On Assets* (ROA) pada perusahaan *sektor retail trade* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.
- b. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat likuiditas yang diukur melalui *Current Ratio* (CR) pada perusahaan *sektor retail trade* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.
- c. Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat solvabilitas yang diukur melalui *Debt to Assets Ratio* (DAR) pada perusahaan *sektor retail trade* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.
- d. Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat solvabilitas yang diukur melalui *Total Assets Turnover* (TATO) pada perusahaan *sektor retail trade* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan dan dilaksanakan untuk memperoleh hasil yang maksimal dengan prosedur ilmiah, namun pada kenyataannya dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan, antara lain:

1. Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian hanya terbatas pada perusahaan subsektor perdagangan eceran (*retail trade*) periode 2013-2015 dan 2017-2019.
2. Hanya 6 dari 25 perusahaan sub sektor ritel terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang masuk dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) mengimplementasikan *e-commerce* selama periode survei.

## 5.3 Saran

Dilihat dari hasil penelitian yang diperoleh, saran-saran berikut dapat diberikan oleh peneliti.

1. Untuk perusahaan, memaksimalkan strategi penjualan mereka melalui sistem *e-commerce* yang diterapkan akan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk melalui aplikasi dan situs web mereka. Selain itu, untuk mensosialisasikan kepada konsumen bahwa pelaku bisnis memiliki sistem belanja yang lebih praktis, sehingga pelaku bisnis dapat bersaing dengan toko *online* lain dan aplikasi *e-commerce* tidak hanya mengikuti trend saja, namun media promosi juga perlu ditingkatkan.
2. Bagi peneliti yang akan datang didorong untuk menambah cakupan sampel ataupun sub sektor lainnya, tidak hanya pada perusahaan sub sektor perdagangan ritel saja akan tetapi semua perusahaan yang telah menerapkan sistem *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia dan dengan jangka waktu penelitian yang lebih lama. Selain itu, peneliti disarankan perlu lebih banyak menambahkan indikator rasio keuangan lainnya untuk memberikan hasil yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggrainie, A. H. (2020). *ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN SISTEM E-COMMERCE (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018)*.
- Atina Fiqha, Q. (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*.

Harmayani, H., Marpaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Hutahaean, J. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.

Maya, S. (2016). Strategi Peningkatan Penjualan Usaha Kecil Menengah Melalui E-Commerce Studi Kasus: Mitra Ukm Perusahaan X. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 2(3), 271–279.

Puspita, N. T. (2019). *Analisis perbandingan profitabilitas perusahaan sebelum dan sesudah penerapan e-commerce: studi pada perusahaan sub sector retail trade dalam Index Saham Syariah Indonesia (ISSI) di Bursa Efek Indonesia*. UIN Walisongo Semarang.

Rudianto. (2012). *Pengantar Akuntansi : Konsep & Teknik Penyusunan Laporan Keuangan* (Suryadi Sa). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Safira, D., & Fatriansyah, A. I. A. (2020). Bisnis jual beli online dalam perspektif islam. *Jurnal Hasil Kajian Dan Penelitian Dalam Bidang Keislaman Dan Pendidikan*, 57–68.

Sugiyono, S. (2018). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

**Akbar\*** adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang  
**Nur Diana\*\*** adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang  
**Afifudin\*\*\*** adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang