

**ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN
SESUDAH PENERAPAN *E-COMMERCE* (STUDI PADA PERUSAHAAN
YANG TERGABUNG DALAM *JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII)* DI
BURSA EFEK INDONESIA)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh :

Tania Dian Nugraini

21801082161



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
AKUNTANSI**

2022

ABSTRAK

Di era digital ini, teknologi berkembang pesat dan berdampak pada berbagai aspek kehidupan. Termasuk sektor ekonomi yang mendominasi dalam beberapa tahun terakhir, yang disebut *e-commerce*. Namun, belum diketahui apakah sistem ini memiliki dampak positif pada kinerja bisnis dibandingkan dengan sebelum penerapan *e-commerce*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan kinerja keuangan antar perusahaan yang masuk dalam *Jakarta Islamic Index (JII)* di Bursa Efek Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Paired Sample T-test* untuk data yang terdistribusi normal. Variabel yang dianalisis terdiri dari profitabilitas rasio yang diproksikan dengan *Return On Assets (ROA)*; rasio likuiditas yang diproksikan dengan *Current Ratio (CR)*; rasio solvabilitas yang diproksikan dengan *Debt to Assets Ratio (DAR)*; dan rasio aktivitas diproksikan dengan *Total Assets Turnover (TATO)*. Berdasarkan hasil penelitian ini, kriteria ROA, CR, DAR dan TATO menunjukkan perbedaan yang signifikan sebelum dan setelah penerapan *e-commerce*.

Kata kunci: Kinerja Keuangan, E-Commerce, ROA, CR, DAR, TATO.

ABSTRACT

In this digital era, technology is developing rapidly and has an impact on various aspects of life. This includes the sector of the economy, which has dominated in recent years, called e-commerce. However, it is not yet known whether this system has a positive impact on business performance compared to before the implementation of e-commerce.

The purpose of this study was to determine whether there are differences in financial performance between companies included in the Jakarta Islamic Index (JII) on the Indonesia Stock Exchange before and after the implementation of e-commerce. The data analysis technique used in this research is the sample T-test for data that is normally distributed. The variables analyzed consisted of the profitability ratio proxied by Return On Assets (ROA); liquidity ratio proxied by Current Ratio (CR); solvability ratio proxied by Debt to Assets Ratio (DAR); and activity ratio proxied by Total Assets Turnover (TATO). Based on the results of this study, the criteria for ROA, CR, DAR and TATO showed significant differences before and after the implementation of e-commerce.

Keywords: *Financial Performance, E-commerce, ROA, CR, DAR, TATO.*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital seperti sekarang ini untuk dapat bertahan di pasar perdagangan pelaku usaha perlu melakukan inovasi. Pelaku usaha dituntut melakukan hal-hal baru agar dapat, menjalankan usahanya dan mendapatkan laba. Hal ini disebabkan karena konsumen pada saat ini sangat kritis terhadap produk-produk yang beredar di pasaran. Ketika sebuah produk yang sudah banyak dikonsumsi dan dikenal oleh masyarakat tidak melakukan inovasi maka dipastikan konsumen akan beralih mencari produk lain yang lebih memanjakan dan lebih memudahkan. (Fiqha, 2018).

Revolusi teknologi di era komunikasi interaktif ditandai dengan ditemukannya berbagai kemajuan teknologi seperti komputer, satelit, internet dan lain-lain. Ia mewujudkan berbagai kemudahan baru dalam berkomunikasi, serta membuka berbagai kemungkinan peluang baru dalam bidang ini (Kamaludin, 2019). Revolusi industri 4.0 menghasilkan perubahan yang super cepat, eksponensial, dan disruptif. Industri-industri lama “dirusak” (*creativestruction*) sehingga menghasilkan industri-industri baru dengan pemain yang baru, model bisnis baru, serta *value proposition* baru. Hampir semua bidang atau sektor industri akan secara langsung maupun tidak langsung terkena imbas dari revolusi industri 4.0 ini, mulai dari faktor faktor produksi hingga ke strategi distribusi dan pemasaran.

Penerapan teknologi komunikasi informasi yang bisa digunakan oleh perusahaan untuk menunjang sistem penjualan adalah *E-commerce*. *E-commerce* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* dimulai dengan kemunculan penyedia akses internet pertama di Indonesia, yaitu Indonet pada tahun 1994 atau yang lebih dikenal dengan nama Indosat. Dari sana kemudian mulai bermunculan situs Kaskus, Toko Bagus, dan barulah kemudian pemerintah membentuk Undang-Undang ITE pada tahun 2008 untuk mengatur semua yang berkaitan dengan transaksi, internet, dan teknologi informasi. Perkembangan situs *e-commerce* pun kini semakin pesat dimana hal tersebut didorong dengan maraknya transaksi *online* yang terjadi pada masyarakat Asia terutama di Indonesia yang begitu antusias memilih untuk berjualan dan berbelanja secara *online* baik yang berasal dari lokal maupun luar negeri (Suryani & Nasri, 2020).

Berdasarkan data *internetworldstats*, pengguna internet Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta jiwa ada Maret 2021. Dengan jumlah tersebut, Indonesia berada di urutan ketiga dengan pengguna internet terbanyak di Asia (Kusnandar, 2021). Hal ini menjadi faktor pendorong para pengusaha untuk melakukan inovasi di bidang munculnya perusahaan *e-commerce* dan banyak konsumen yang mengandalkan *platform* belanja digital untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut penelitian (Puspita 2019), dengan menggunakan *e-commerce* dapat diperoleh 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.

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. (Akbar et al., 2021)

Beberapa penelitian menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang signifikan di UMKM setelah menerapkan *e-commerce*. Hal ini pun secara tidak langsung dapat menjadi ancaman bagi peritel konvensional. Maka perusahaan menanggapi ancaman tersebut dengan menambahkan metode penjualan *online* dari

yang sebelumnya hanya berfokus terhadap tersebarnya gerai di seluruh Indonesia. Namun belum tentu bagi industri ritel besar apakah ia dapat bersaing atau tidak dengan pelaku *e-commerce* lainnya.

Berdasarkan beberapa uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas judul penelitian dari perspektif kinerja keuangan perusahaan yang tergabung dalam di *Jakarta Islamic Index* dengan judul “**Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Sesudah Penerapan *E-commerce* (Studi Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) Di Bursa Efek Indonesia)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan penjelasan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

Apakah terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *profitability ratio*, *liquidity ratio*, *solvability ratio*, dan *activity ratio* pada perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *profitability ratio*, *liquidity ratio*, *solvability ratio*, dan *activity ratio* pada perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

1. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang keuangan terkait kinerja keuangan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan aplikatif terhadap pengembangan ilmu ekonomi islam khususnya di bidang strategi pemasaran dengan pemanfaatan teknologi.

2. Bagi Masyarakat secara Umum

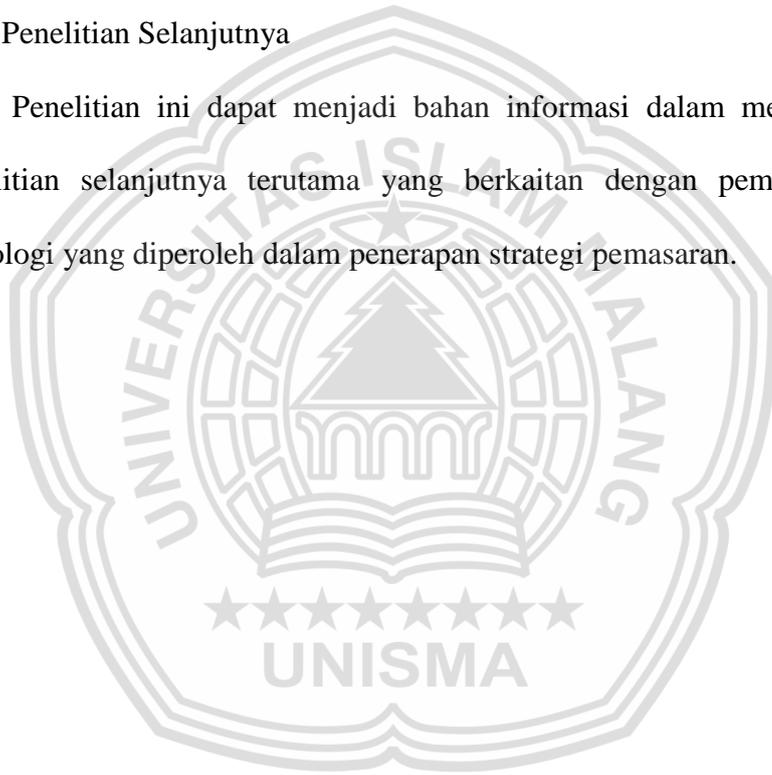
Penelitian ini dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi pelaku usaha atau yang akan mendirikan usaha untuk selalu melakukan inovasi dan beradaptasi sesuai dengan perkembangan zaman dan dapat sebagai acuan informasi untuk mengetahui keuangan perusahaan, serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sikap yang perlu dilakukan masyarakat sebagai konsumen atau yang akan mendirikan usaha.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan penilaian pengukuran kinerja perusahaan pada perusahaan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia seiring dengan munculnya perusahaan aplikasi *online*, serta bukti empiris apakah kinerja keuangan perusahaan berpengaruh signifikan setelah munculnya aplikasi online.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dalam melakukan penelitian selanjutnya terutama yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi yang diperoleh dalam penerapan strategi pemasaran.



BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

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

- a. Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets (ROA)* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia.
- b. Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio (CR)* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia.
- c. Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap solvabilitas yang diukur dengan *Debt to Assets Ratio (DAR)* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia
- d. Terdapat perbedaan yang signifikan terhadap aktivitas yang diukur dengan *Total Assets Turnover (TATO)* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah :

- a. Rasio yang di gunakan dalam penelitian ini hanya ROA, CR, DAR, dan TATO

- b. Hanya menggunakan Indeks *Jakarta Islamic Index (JII)* di Bursa Efek Indonesia.
- c. Hanya 10 dari 30 perusahaan yang terdaftar dalam Indeks *Jakarta Islamic Index (JII)* di Bursa Efek Indonesia yang telah mengimplementasikan *e-commerce* selama periode survei.

1.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang diperoleh, maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

- a. Bagi perusahaan, lebih memaksimalkan sistem penjualan di *e-commerce* yang sudah diterapkan, sehingga akan meningkatkan keyakinan dan minat konsumen dalam membeli produk mereka. Selain itu, mensosialisasikan kepada konsumen adanya sistem *e-commerce* berbelanja lebih mudah dan praktis di perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan toko *online* lain dan aplikasi *e-commerce* bukan sekedar mengikuti *trend* saja, melainkan promosi perlu ditingkatkan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah dan memperluas cakupan sampel, tidak hanya pada perusahaan yang tergabung dalam Indeks *Jakarta Islamic Index (JII)* melainkan semua perusahaan yang tergabung dalam indeks lainnya yang telah menerapkan *e-commerce* di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, peneliti disarankan menambah rasio keuangan lainnya yang relevan dan periode terkini, agar memberikan hasil yang lebih akurat dan *update*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Diana, N., & Afifudin. (2021). 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). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(03), 23–32.
- Al-Qur'an, S. (2013). *Al-Qurannulkarim: Terjemah Tafsir Per Kata*. Sygma dan Syaamil Al Quran.
- D'Alimonte, L., Morton, G., Loblaw, A., Chung, H., Law, N., Ciseski, T., DeAbreu, A., Mamedov, A., & Zhang, L. (2014). Does Prostate Biopsy after HDR Brachytherapy Have Any Clinical Significance? *Journal of Medical Imaging and Radiation Sciences*, 45(2), 176–177.
- Fathoni, N. (2013). Konsep Jual Beli Dalam Fatwa Dsn-Mui. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 51–82.
- Fiqha, A. (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*.
- Hanson, W. (2000). *Pemasaran Internet*. Salemba Empat.
- Hediana, R., & Aly, A. D. (2015). Transaksi Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 41–53.
- Kadir, A. (2003). *Pengenalan Sistem Informasi*. Andi.
- Kalbuadi, P. (2015). *Jual Beli Online Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Menurut Sudut Pandang Akad Jual Beli Islam (Studi Kasus Pada Forum KASKUS) [UIN Syarif Hidayatullah]*.
- Kamaludin, S. (2019). Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan Sebelum dan Sesudah Penerapan E-commerce. *Skripsi*, 1(2), 75–87.
- Kusnandar, V. B. (2021). *Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021/Databoks*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021>
- Kwari, D. A., & Sari, F. (2006). *Pengantar Informasi Teknologi*. Salemba Infotek.
- Muttaqin, A. (2010). Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Jual Beli Islam. *Ulumuddin*, VI(VI), 461.

- Napitupulu, R. M. (2015). Pandangan Islam Terhadap Jual Beli Online. *At-Tijarah*, 1(2), 1–19.
- Pradana, M. (2015). Pemasaran Digital: Adopsi Media Sosial Pada Ukm. *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 27(1), 174.
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2017). Perkembangan keilmuan teknik industri menuju era industri 4.0. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC, 2017*, 500.
- 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.
- Raditya, S. (2015). *Kumpulan Khotbah Bisnis dan Keuangan Syariah*. 1–417.
- Siregar, R. A. S., Qadrya, H. A., Caroline, B. M., Sari, A. P., Renanda, T., Lazuardi, L. I., & Arbi, R. (2017). *Analisis transaksi jual-beli online (peer to peer) pada e-commerce berdasarkan hukum syariah*. 3(1), 31–38.
- Sugiyono, S. (2018). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- 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.
- Suryani, S. E., & Nasri, R. (2020). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Penerapan E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(1), 57–66.
- Sutojo, S. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Damar Pustaka Mulia.