

ANALISIS KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN *E-COMMERCE* (Studi pada Perusahaan yang Tergabung dalam *Jakarta Islamic Index (JII)* di Bursa Efek Indonesia)

Tania Dian Nugraini*, Moh Amin dan Junaidi *****

Universitas Islam Malang

Email : tania.dian.25@gmail.com

ABSTRACT

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.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era digital ini, untuk bertahan di pasar perdagangan, para pelaku usaha perlu berinovasi. Pelaku usaha perlu melakukan hal-hal baru agar dapat menjalankan usahanya dan memperoleh keuntungan. Hal ini dikarenakan konsumen saat ini sangat pemilih terhadap produk yang ada di pasaran. Ketika sebuah produk yang sudah banyak dikonsumsi dan dikenal masyarakat luas tidak diinovasi, tentunya konsumen akan beralih ke produk lain yang lebih memuaskan dan mudah. (Fiqha, 2018).

Revolusi industri 4.0 menghasilkan perubahan yang super cepat, eksponensial, dan disruptif. Industri-industri lama “dirusak” (*creativestructure*) 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.

Salah satu penerapan teknologi komunikasi informasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mendukung sistem penjualan adalah *E-commerce*. *E-commerce* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* dimulai dengan munculnya penyedia akses internet pertama di Indonesia, yaitu Indonet atau lebih dikenal Indosat pada tahun 1994. Dari sanalah mulai bermunculan situs Kaskus, Toko Bagus, dan baru tahun 2008 pemerintah memberlakukan Undang-Undang ITE untuk mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan transaksi, internet, dan teknologi informasi. Situs *e-commerce* pun juga kini tumbuh lebih cepat, dimana hal tersebut didorong dengan maraknya transaksi *online* yang terjadi pada masyarakat Asia terutama di Indonesia yang sangat antusias tertarik memilih untuk berjualan dan berbelanja secara *online* dari dalam 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.

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)

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)**”.

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*?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai adalah antara lain sebagai berikut:

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*.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Teori

Definisi E-commerce

Electronic Commerce (e-commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, dengan cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain. Selain teknologi jaringan *website*, *e-commerce* juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (*database*), e-surat atau surat elektronik (*e-mail*), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk *e-commerce* ini.

E-commerce dalam Pandangan Islam

Definisi jual beli menurut syara' senada dengan definisinya menurut bahasa yaitu pertukaran harta dengan harta (Fathoni, 2013) Jual beli merupakan terjadinya pertukaran suatu barang dengan barang lainnya di antara dua pihak, yang nilainya sukarela sesuai dengan perjanjian, dibenarkan menurut syari dan disepakati bersama. Atau pemindahan hak dan kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lain yang bisa dilakukan dengan cara pertukaran barang (*barter*) maupun pemindahan dengan alat ganti yang disesuaikan (Kalbuadi, 2015)

Kinerja Keuangan

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

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

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:

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

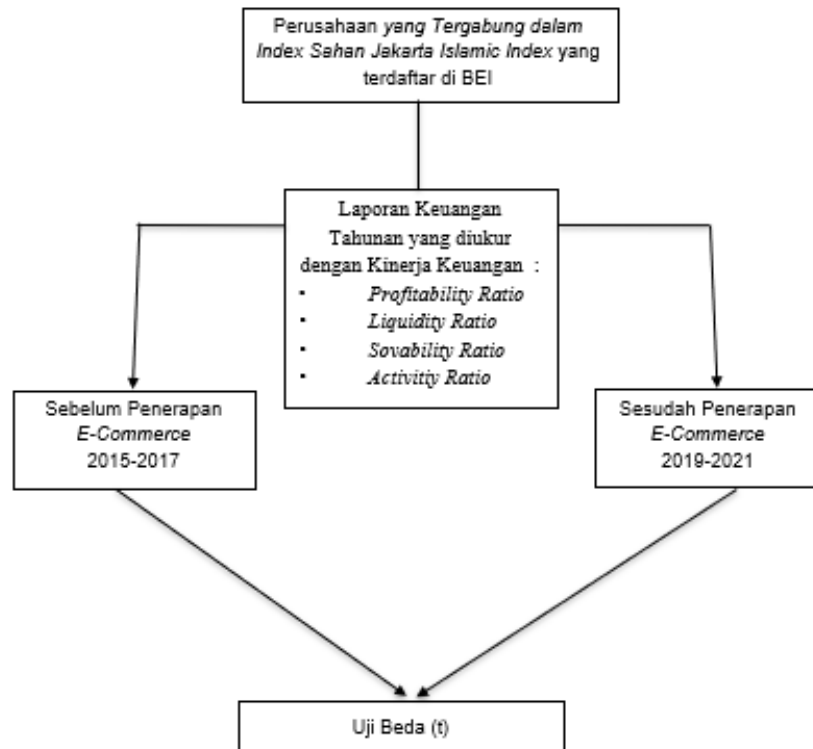
4. Activity Ratio

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:

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

Kerangka Konseptual

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



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

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

- H1 : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *profitability ratio* pada perusahaan yang Tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*
- H2 : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *liquidity ratio* pada perusahaan yang Tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*
- H3 : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *solvability ratio* pada perusahaan yang Tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* Indonesia sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*
- H4 : Terdapat perbedaan kinerja keuangan yang diukur dari *activity ratio* pada perusahaan yang Tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

METODE PENELITIAN

Jenis Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode komparatif yang menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan pada sektor perdagangan eceran dalam *Jakarta Islamic Index* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data berupa laporan keuangan yang diperoleh dari website (www.idx.co.id) Bursa Efek Indonesia, yang terdaftar perusahaan dalam *Jakarta Islamic Index (JII)*. Waktu penelitian dimulai dari Oktober 2021 sampai Mei 2022

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index (JII)* di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode purposive

sampling dalam pengambilannya, dimana pemilihannya menggunakan kriteria-kriteria sebagai berikut :

1. Merupakan perusahaan yang masuk dalam *Jakarta Islamic Index (JII)* periode tiga tahun (2015-2017) sebelum penerapan *e-commerce* dan tiga tahun (2019-2021) sesudah penerapan *e-commerce*.
2. Memiliki data laporan keuangan tahunan yang lengkap selama periode penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut ada 30 data sampel perusahaan yang terdiri dari 10 perusahaan yang masuk dalam Index *Jakarta Islamic Index (JII)*. Dalam Index ini diantaranya telah menerapkan *e-commerce* pada tahun 2019-2021 yang masuk dalam Index *Jakarta Islamic Index (JII)* selama periode penelitian serta memiliki laporan keuangan lengkap sesuai yang dibutuhkan.

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)*.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan adalah penerbitan laporan keuangan masing masing perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tersedia di website www.idx.co.id 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.

Metode Analisis Data

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

PEMBAHASAN PENELITIAN

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 4.3 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROA Sebelum	ROA Sesudah	CR Sebelum	CR Sesudah	DAR Sebelum	DAR Sesudah	TATO Sebelum	TATO Sesudah
N		30	30	30	30	30	30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.11602	.10254	4.40898	5.06940	.54171	.48775	2.04397	2.73860
	Std. Deviation	.105638	.110210	7.968013	1.575066	.205810	.190660	6.430658	6.123035
Most Extreme Differences	Absolute	.156	.208	.416	.474	.138	.122	.508	.528
	Positive	.156	.208	.416	.474	.138	.103	.508	.528
	Negative	-.144	-.180	-.284	-.326	-.090	-.122	-.392	-.372
Kolmogorov-Smirnov Z		.853	1.142	2.281	2.597	.757	.667	2.785	2.894
Asymp. Sig. (2-tailed)		.462	.147	.061	.300	.615	.766	.087	.110

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

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

1. Variabel *Return on Assets (ROA)* pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,853 dengan taraf signifikansi sebesar 0,452.

Sedangkan variabel *Return on Assets* pada periode sesudah penerapan *e-commerce* memiliki taraf *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,142 dengan taraf signifikansi sebesar 0,147 Maka hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.

2. Variabel *Current Ratio* (CR) pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 2,281 Dengan nilai signifikansi sebesar 0,061. Sedangkan variabel *Current Ratio* (CR) pada periode sesudah penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 2,597 Dengan nilai signifikansi sebesar 0,300 Maka hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.
3. Variabel *Debt to Assets Ratio* (DAR) pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,757 dengan nilai signifikansi sebesar 0,615. Sedangkan variabel *Debt to Assets Ratio* (DAR) pada periode sesudah penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,667 dengan nilai signifikansi sebesar 0,766 Maka hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.
4. Variabel *Assets Turnover* (TATO) pada periode sebelum penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 2,785 Dengan nilai signifikansi sebesar 0,087. Sedangkan variabel *Total Assets Turnover* (TATO) pada periode sesudah penerapan *e-commerce* memiliki nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 2,894 Dengan nilai signifikansi sebesar 0,110 Hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Variabel *Profitability Ratio*

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel *Profitability Ratio* yang diukur dengan *Return on Assets* menunjukkan data berdistribusi normal. Maka pengujian hipotesis variabel ini menggunakan *Paired Sample T-Test*. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.4 Hasil Uji *Paired Sample Test* Variabel *Profitability Ratio*

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	ROA.sebelum - ROA.sesudah	.013480	.048056	.008773	-.004463	.031425	1.536	29	.014

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2022

Hasil uji *Paired Sample T-Test* pada variabel *Profitability Ratio* yang diukur dengan *Return on Assets* (ROA) menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,536 dengan nilai signifikansi sebesar 0,014 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha < 0.05$). Artinya terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas yang diukur melalui *Return on Assets* pada perusahaan yang tergabung di Indeks *Jakarta Islamic Index (JII)* antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Pengujian Hipotesis Variabel *Liquidity Ratio*

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel *Liquidity Ratio* yang diukur dengan *Current Ratio* menunjukkan data berdistribusi normal. Maka pengujian hipotesis variabel ini menggunakan *Paired Sample T-Test*. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Hasil Uji *Paired Sample Test* variabel *Liquidity Ratio*

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	CR.sebelum - CR.sesudah	-1.66042	9.94847	2.04805	-5.49484	2.17399	-.837	29	.041

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2022

Hasil uji *Paired Sample T-Test* pada variabel *Liquidity Ratio* yang diukur dengan *Current Ratio* (CR) menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,837 dengan nilai signifikansi sebesar 0,041 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,050 ($\alpha < 0,05$). Artinya terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat likuiditas yang diukur melalui *Current Ratio* pada perusahaan yang tergabung pada Indeks *Jakarta Islamic Index (JII)* antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Pengujian Hipotesis *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 4.6 Hasil Uji Paired Sample Test Variabel *Solvability Ratio*

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	DAR.sebelum - DAR.sesudah	.05396	.20536	.037496	-.02272	.13064	1.439	29	.016

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2022

Hasil Uji *Paired Sample T-Test* pada variabel *Solvability Ratio* yang diukur dengan *Debt to Assets Ratio* (DAR) menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,439 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,050 ($\alpha < 0,05$). Artinya terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat solvabilitas yang diukur melalui *Debt to Assets Ratio* pada perusahaan yang tergabung pada Indeks *Jakarta Islamic Index (JII)* antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Pengujian Hipotesis *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 4.7 Hasil Uji Paired Samples Test Variabel *Activity Ratio*

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	TATO.sebelum - TATO.sesudah	-4.69463	4.11953	6.02589	-1.04736	9.65810	-.671	29	.005

Sumber : Data diolah oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil uji perbandingan diatas, pada variabel *Activity Ratio* yang diukur dengan *Total Assets Turnover* menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,671 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 dimana nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,050 ($\alpha < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan terhadap tingkat aktivitas yang diukur melalui *Total Assets Turnover* pada perusahaan yang tergabung pada Indeks *Jakarta Islamic Index (JII)* antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

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.

Keterbatasan

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.

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.
- 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.
- 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.
- Kwari, D. A., & Sari, F. (2006). *Pengantar Informasi Teknologi*. Salemba Infotek.

- 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.
- 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.

***) Tania Dian Nugraini** adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

****) Moh Amin** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang

*****) Junaidi** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang