

**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



Ditulis oleh :

Nama : Atina Fiqha Q

Nomor Mahasiswa : 13311421

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

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

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Atina Fiqha Q

Nomor Mahasiswa : 13311421

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

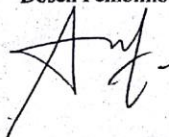
**Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Beroperasinya
Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online : Studi Empiris Pada
Perusahaan Sektor Transportasi, Retail Trade dan Perbankan Di Indonesia**

Nama : Atina Fiqha Q
Nomor Mahasiswa : 13311421
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta, 8 November 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Arif Singapurwoko S.E., M.B.A.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI TUGAS AKHIR / SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS KINERJAKEUANGAN SEBELUM DAN SESUDAH BEROPERASINYA
PERUSAHAAN DIGITAL BERBASIS APLIKASI ONLINE : STUDI EMPIRIS PADA
PERUSAHAAN SEKTOR TRANSPORTASI, RETAIL TRADE DAN PERBANKAN DI
INDONESIA**

Disusun Oleh : **ATINA FIQHA QINANNAR**

Nomor Mahasiswa : **13311421**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, Tanggal : 12 Desember 2018

Penguji / Pembimbing Skripsi : Arif Singapurwoko, SE., MBA



Penguji : Zaenal Arifin, Dr., M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 8 November 2018

Penulis,



Atina Fiha Q

HALAMAN PERSEMBAHAN

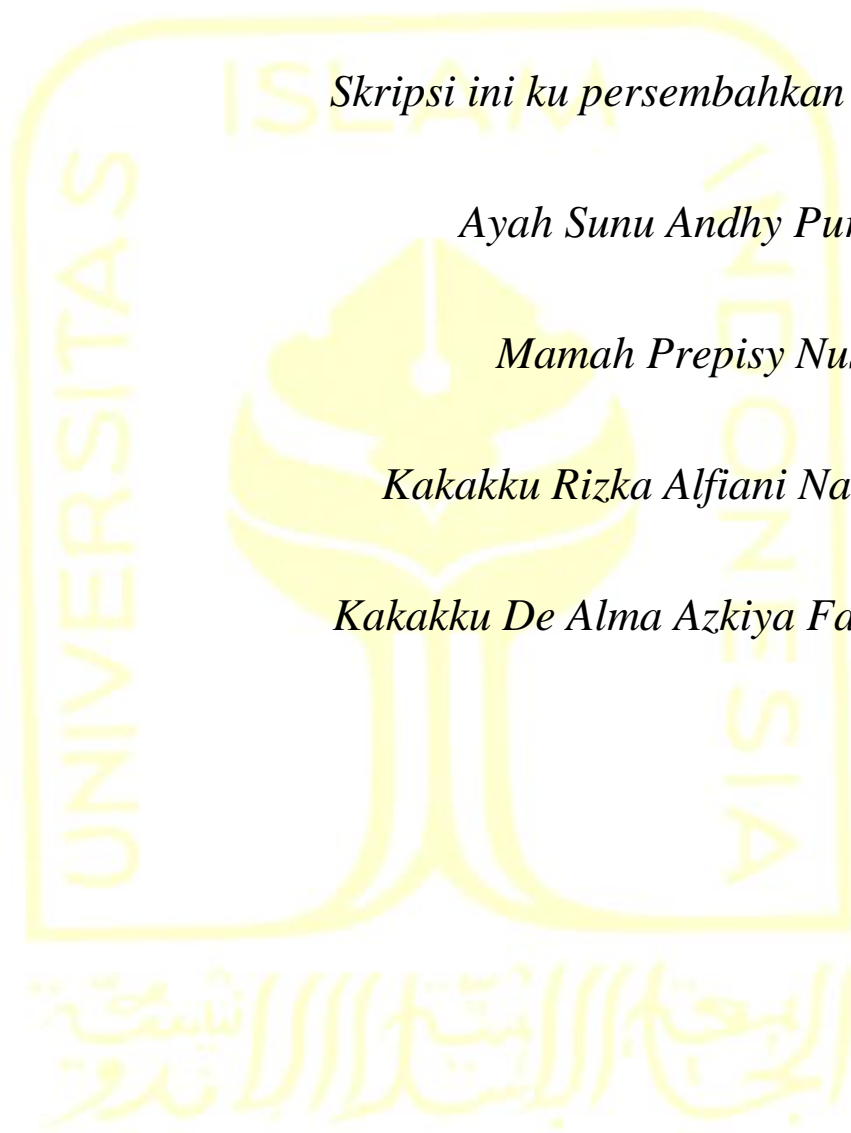
Skripsi ini ku persembahkan untuk:

Ayah Sunu Andhy Purwanto

Mamah Prepisy Nusyuroh

Kakakku Rizka Alfiani Nadhiroh

Kakakku De Alma Azkiya Falahani



MOTTO

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu.”

(Q.S Ibrahim ayat 7)

“Wahai orang-orang yang beriman! Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap-siaga (di perbatasan negerimu) dan bertakwalah kepada Allah supaya kamu beruntung.”

(Q.S Ali ‘Imran ayat 200)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al Insyirah ayat 6)

“Agar sukses, kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutanmu akan kegagalan.”

(Bill Cosby)

“Mulailah dari tempatmu berada. Gunakan yang kau punya.

Lakukan yang kau bisa.”

(Arthur Ashe)

ABSTRAK

Pada era digital seperti sekarang, perusahaan *incumbent* cenderung mengalami gangguan atau disrupsi pada pasar perdagangan. Gangguan tersebut muncul berasal dari hadir dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* dengan keefisien dan kepraktisan transaksi serta keterjangkauan harga produk yang ditawarkan. Produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan digital berbasis aplikasi *online* tersebut membuat konsumen beralih dari berbelanja di toko *offline* ke transaksi *online*. Perusahaan yang mengalami gangguan tidak hanya pada sektor transportasi dan retail saja, sektor perbankan pun ikut mengalami gangguan akibat hadirnya *Financial Technology (Fintech)*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan *incumbent* antara sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* di Indonesia. Variabel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rasio keuangan, yakni *Return Of Assets (ROA)*, *Current Ratio (CR)*, *Debt Ratio (DR)* dan *Total Assets Turnover (TATO)* pada perusahaan sektor retail, transportasi dan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013 – 2014 dan 2016 – 2017. Pengujian yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Paired Sample T-test* untuk data yang berdistribusi normal dan *Wilcoxon Sign Rank Test* untuk data tidak berdistribusi normal. Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah pada rasio keuangan ROA, CR dan TATO menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sementara pada variabel DR menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada perusahaan *incumbent* antara sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*.

Kata Kunci : Perusahaan *incumbent*, *startup*, kinerja keuangan, ROA, CR, DR, TATO

ABSTRACT

In the digital era like today, incumbent companies tend to experience the disruption or the disruption in trading market. The disruption arises from the presence and an operation online application-based digital companies with the efficiency and practicality of transactions and the affordability prices by the products that offered. The products or services produced by digital companies based on online applications make consumers changed from shopping in offline stores to online transactions. Companies that experience the disruption not only in the transportation and retail sectors, the banking sector has also been affected by the presence of Financial Technology (Fintech).

This research was conducted to determine whether there was a significant effect on the financial performance of the incumbent company between before and after the presence of the operation online application-based digital companies in Indonesia. The variables used in this study are financial ratios, such as Return Of Assets (ROA), Current Ratio (CR), Debt Ratio (DR) and Total Assets Turnover (TATO) in retail, transportation and banking sectors of book IV, which is listed in Indonesia Stock Exchange for the period of 2013 - 2014 and 2016 - 2017. The tests used in this study were carried out using the the Paired Sample T-test for the data that normally distributed and Wilcoxon Sign Rank Test for the data that not normally distributed. The results obtained in this study, on financial ratios for ROA, CR, and TATO are significant effects, the other variabel for DR not significant incumbent companies between before and after the presence of online application-based digital companies.

Keyword : incumbent firm, startup, financial performance, ROA, CR, DR, TATO

KATA PENGANTAR



Assalaamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan menanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, rezeki, hidayah, dan karunia-Nya, serta shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online : Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Transportasi, Retail Trade dan Perbankan di Indonesia” dengan lancar untuk menyelesaikan pendidikan S1 dan mendapatkan gelar sarjana di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya, serta memberikan petunjuk, kemudahan, hidayah, dan ridha kepada setiap hamba-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW, yang menjadi panutan seluruh umat Muslim agar selalu berada di jalan yang benar.

3. Bapak Arif Singapurwoko SE., M.B.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan kesabaran dan kebaikannya memberikan bimbingan, masukan, dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Arif Hartono, Drs., MHRM., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan ilmu yang berharga, beserta para staf administrasi dan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah membantu dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
8. Kedua orang tua, Ayah Sunu Andhy P. dan Mamah Prepisy Nusyuroh yang selalu memberikan semangat, dukungan, perhatian, doa, dan kasih sayang tiada henti kepada penulis.
9. Kakak - kakakku, Rizka Alfiani beserta suaminya, Mas Muhammad Iqbal dan De Alma Azkiya beserta suaminya, Mas Indra yang telah memberikan dukungan materil ataupun imateril serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Nenek Saya tercinta, Titi Sumini Kamil yang selalu menanyakan progres skripsi dan menjadi pendukung, pemotivasi penulis untuk mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman dari awal perkuliahan hingga akhir, Teletubbies & Mataharinya, Isna Choirunnisa, Sekar Widya Sista, Maulidya Sistiadna, dan Widarsih yang selalu memberi semangat, motivasi, canda tawa, kebahagiaan, dan selama perkuliahan.
12. Teman-teman perkuliahan, Salsa, Atha, Embun, Dhea, Ayuk, Mitha, Imas, Agi dan semua teman perkuliahan baik dari kelas Bridging Program, konsentrasi keuangan, dan semua teman manajemen 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Teman-teman panitia Makrab MAGNUM 2014 dan panitia MC lain, yang memberikanku pengalaman berharga selama perkuliahan.
13. Teman-teman KKN Unit 117 dan unit tetangga, yang telah memberikan pengalaman dan keceriaan selama KKN di Purworejo dan selalu memberikan dukungan dan semangat penulis dalam mengerjakan skripsi. Semoga kita bisa terus menjaga silaturahmi.
14. Sahabat-sahabatku, Andania Adiviana, Oktiana Sekar Palupi dan Komala Permatasari atas dukungan dan motivasi dari kalian, selain itu terima kasih untuk motivasi, semangat untuk selalu mengerjakan skripsi serta canda tawa, dan kegilaan yang telah kita lewati bersama sampai saat ini.
15. Teman-teman SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta kelas International Program angkatan 2013, Masna, Anggi, Dimas, Dandi, Lily, dsb yang

tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan kebahagiaan, keceriaan, dan kenangan semasa SMA. Semoga kita bisa selalu menjaga silaturahmi.

16. Bude Biter, Pakde Harry, Mbak Eka, Mas Danang, Iom, Tetif, Annisa.

Dek uty dan seluruh keluarga besar Bani Kamil yang telah memberikan doa dan dukungan untuk segera menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan karunia dan perlindungan kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Wassalaamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Yogyakarta, 8 November 2018

Penulis,



Atina Fiqha Qinannar

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Bebas Plagiarisme	v
Halaman Persembahan	vi
MOTTO	viii
Abstrak	viii
Abstract	ixx
Kata Pengantar	x
Daftar Isi.....	xivv
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Tabel	xviii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	10
2.1 Perusahaan <i>Startup</i>	10
2.1.1 Pengertian Perusahaan <i>Startup</i>	10

2.1.2 Model Bisnis <i>Startup</i>	11
2.2 <i>e-Business</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>e-Business</i>	13
2.2.2 Ruang lingkup <i>e-Business</i>	13
2.2.3 Model <i>e-Business</i>	14
2.2.5 <i>E-Commerce</i>	15
2.2.6 Kerangka <i>E-Commerce</i>	16
2.2.7 Klasifikasi <i>E-Commerce</i>	17
2.2.8 Model Bisnis <i>E-Commerce</i>	18
2.3 <i>Financial Technology</i>	20
2.3.1 Pengertian <i>Financial Technology</i>	20
2.3.2 Macam – macam <i>Financial Technology</i>	20
2.4 Kinerja Keuangan	22
2.4.1 <i>Profitability Ratio</i>	22
2.4.2 <i>Leverage Ratio</i>	24
2.4.3 <i>Liquidity Ratio</i>	25
2.4.4 <i>Activity Ratio</i>	26
2.4 Pengembangan Hipotesis	27
2.4.1 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap Kinerja Keuangan pada <i>Profitability Ratio</i>	27
2.4.2 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap terhadap <i>Leverage Ratio</i>	29

2.4.3 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap terhadap <i>Liquidity Ratio</i>	30
2.4.4 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap terhadap <i>Activity Ratio</i>	31
2.5 Kerangka Penelitian.....	34
BAB III	35
3.1 Populasi dan Sampel.....	35
3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	38
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.3.1 Rasio Profitabilitas.....	39
3.3.2 Rasio Solvabilitas atau Rasio Leverage	39
3.3.3 Rasio Likuiditas	40
3.3.4 Rasio Aktivitas	40
3.4 Metode analisis Data	41
3.4.1 Statistik Deskriptif	41
3.4.2 Uji Normalitas Data	41
3.4.3 Uji Hipotesis	42
BAB IV	43
4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
4.2 Uji Normalitas	46
4.3 Pengujian Hipotesis	48

4.3.1	Pengujian Hipotesis <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i> variabel <i>Return of Assets</i>	48
4.3.2	Pengujian Hipotesis <i>Paired Sample t-test</i> variabel <i>Current Ratio</i>	50
4.3.3	Uji Hipotesis <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i> pada variabel <i>Debt Ratio</i>	50
4.3.4	Uji Hipotesis Keempat <i>Paired Sample t-test</i> pada variabel <i>Total Assets Turnover</i>	52
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.4.1.	Terdapat perbedaan <i>Return of Assets</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	53
4.4.2.	Terdapat perbedaan <i>Current Ratio</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	54
4.4.3.	Tidak terdapat perbedaan <i>Debt Ratio</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	55
4.4.4.	Terdapat perbedaan <i>Total Assets Turnover</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	56
4.5	Tabel Rekapitulasi Hasil Analisis.....	57
BAB V	58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR LAMPIRAN	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	34
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

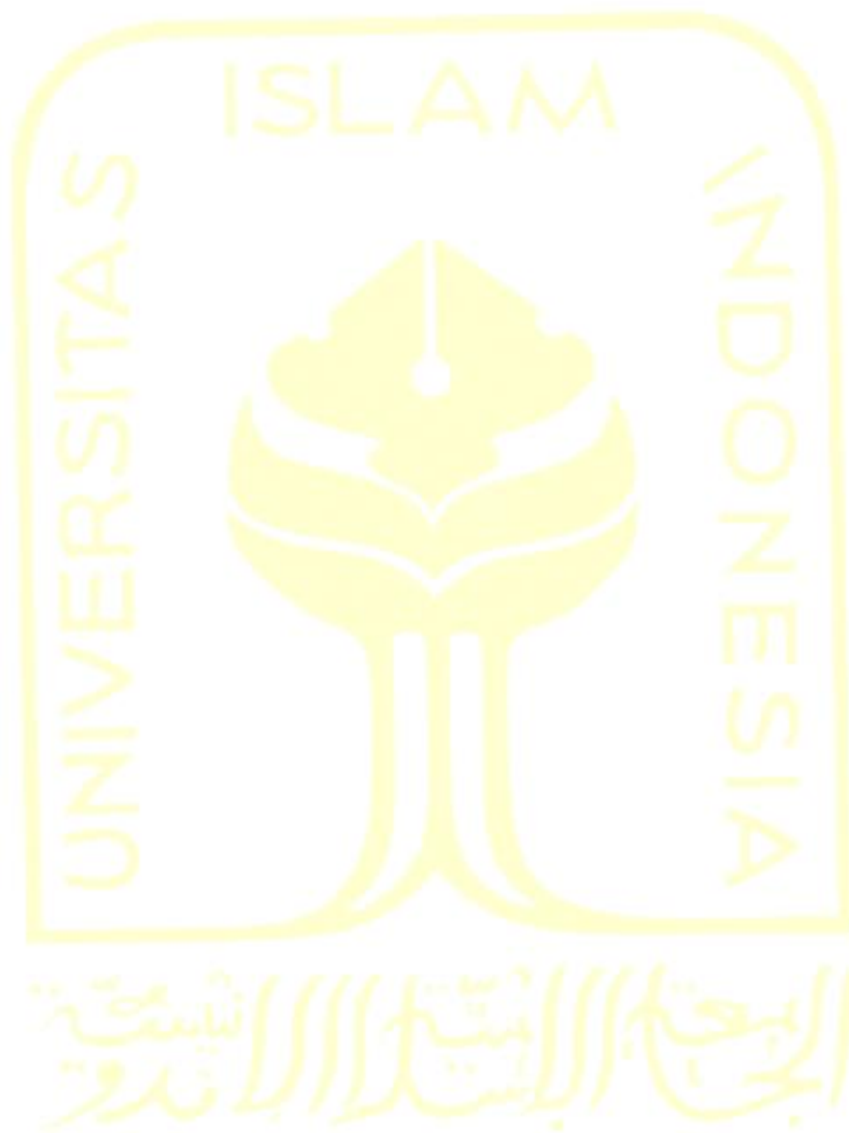
Tabel 3.1 Data Sampel Perusahaan	36
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	44
Tabel 4.2 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Return Of Assets</i>	46
Tabel 4.3 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Current Ratio</i>	47
Tabel 4.4 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Debt Ratio</i>	47
Tabel 4.5 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov Total Assets Turnover</i>	48
Tabel 4.6a Uji <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i> pada <i>Return of Assets</i>	49
Tabel 4.6b Uji <i>Paired Sample t-Test</i> pada <i>Return of Assets</i>	49
Tabel 4.7 Uji <i>Paired Sample t-test</i> pada <i>Current Ratio</i>	50
Tabel 4.8a Uji <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i> pada <i>Debt Ratio</i>	51
Tabel 4.8b Uji <i>Wilcoxon Signed Ranks Test</i> pada <i>Debt Ratio</i>	51
Tabel 4.9 Uji <i>Paired Sample t-test</i> pada <i>Total Assets Turnover</i>	52
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Analisis	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Nama Perusahaan Sampel	69
Lampiran 2	Daftar Nama Perusahaan Startup.....	71
Lampiran 3	Perhitungan <i>Return Of Assets</i> Perusahaan Sampel Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017.....	72
Lampiran 4	Perhitungan <i>Current Ratio</i> Perusahaan Sampel Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017.....	74
Lampiran 5	Perhitungan <i>Debt Ratio</i> Perusahaan Sampel Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017.....	76
Lampiran 6	Perhitungan <i>Total Assets Turnover</i> Perusahaan Sampel Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017.....	78
Lampiran 7	Perhitungan Rata-Rata <i>Return Of Assets</i> Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahan Digital Berbasis Aplikasi <i>Online</i>	80
Lampiran 8	Perhitungan Rata-Rata <i>Current Ratio</i> Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahan Digital Berbasis Aplikasi <i>Online</i>	82
Lampiran 9	Perhitungan Rata-Rata <i>Debt Ratio</i> Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahan Digital Berbasis Aplikasi <i>Online</i>	84
Lampiran 10	Perhitungan Rata-Rata <i>Total Assets Turnover</i> Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahan Digital Berbasis Aplikasi <i>Online</i>	86
Lampiran 11	Data Uji Analisis Statistik Deskriptif	88
Lampiran 12	Uji Normalitas	89

Lampiran 13 Uji Hipotesis *Wilcoxon Signed Rank Test*90

Lampiran 14 Uji Hipotesis *Paired Sample T-Test*91



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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 memuaskan dan lebih memudahkan.

Semua jenis usaha termasuk usaha pengadaan barang maupun jasa tidak luput dari tuntutan sekaligus tekanan dari konsumen dan pasar untuk selalu berinovasi. Efisiensi dalam bertransaksi pada era digital ini menuntut setiap pelaku usaha untuk merubah model bisnis usahanya. Model bisnis yang dimaksud adalah transformasi dari transaksi konvensional ke transaksi melalui jaringan atau *online*. Transaksi *online* atau yang bisa disebut dengan *e-commerce*, bukan merupakan transaksi konvensional. Dalam *e-commerce* tidak dilakukan tatap muka langsung antara penjual dan pembeli. *e-commerce* sendiri merupakan kegiatan melakukan transaksi bisnis meliputi pembelian, penjualan, pemesanan serta pengiklanan secara elektronik dengan menggunakan internet sebagai media yang paling utama (Asosiasi E-Commerce Indonesia, 2016). *e-commerce*

memiliki 3 macam model bisnis yang sudah banyak dikenal dan digunakan masyarakat, mulai dari *classified* seperti *olx.co.id* hingga *marketplace* seperti *tokopedia*.

Awal mula hiruk pikuk *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. Selain hal tersebut diatas, maraknya transaksi *online* yang terjadi pada masyarakat Asia terutama di Indonesia dikarenakan antusiasme masyarakat memilih untuk berjualan dan berbelanja secara *online*.

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilansir dari web *kominfo.go.id* pada tanggal 19 Februari 2018, jumlah pengguna internet hingga tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia. Hal tersebut menjadi faktor pendorong semakin banyaknya para pengusaha untuk melakukan inovasi dibidang transaksi *online* atau mulailah bermunculan 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 adanya perubahan pola konsumsi masyarakat di Indonesia, perusahaan *incumbent* atau perusahaan yang sudah hadir dan menguasai pasar perdagangan terlebih dahulu di pasaran mengalami gangguan. Muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* seperti perusahaan *startup on-demand*, perusahaan *e-commerce*, dan perusahaan *Fintech* (*financial technology*) mengganggu atau mendisrupsi eksistensi perusahaan *incumbent* pada sektor transportasi, retail hingga sektor keuangan perbankan.

Perusahaan *startup on-demand* yang hadir dan beroperasi pada pertengahan tahun 2015, mendisrupsi eksistensi serta kinerja keuangan perusahaan *incumbent* taksi PT Blue Bird, PT Express Trasindo, dan PT Zebra Nusantara. Perusahaan *startup on-demand* hadir dan menyediakan layanan ojek atau taksi berbasis *online* untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan, pembayaran, dan permintaan jasa transportasi. Perbedaan transaksi *online* dengan transportasi konvensional adalah apabila pada transportasi konvensional konsumen harus memesan melalui telepon kemudian menjelaskan arah menuju lokasi, pada transportasi *online* konsumen cukup memberikan lokasi di mana dia berada melalui GPS kemudian sopir akan menjemput tepat di lokasi tersebut.

Ke-efisien-an, ketepatan, dan kepraktisan sistem jejaring ini tentu sangat memanjakan pelanggan. Harga yang ditawarkan oleh Perusahaan *startup on-demand* cenderung terbilang lebih terjangkau dari harga penyedia jasa transportasi konvensional. Perusahaan *startup on-demand* tidak mempunyai armada kendaraan, sehingga beban pajak dan beban perawatan tidak ada.

Perusahaan *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Zalora, hingga Berrybenka hadir mendisrupsi perusahaan *incumbent retail* PT Matahari Department Store, PT Mitra Adi Perkasa, PT Ramayana Lestari Sentosa hingga PT Hero Supermarket. Dapat diambil contoh, untuk mengikuti perubahan pola konsumsi masyarakat, PT Matahari Department Store (MPPA) melakukan perilisian mataharimall.com. Meskipun telah merilis mataharimall.com, Matahari Department Store tetap mengalami penurunan kinerja. Hal tersebut dilihat pada pemberitaan yang dilansir pada ekonomi.kompas.com pada 15 September 2017, terdapat dua gerai Matahari *department store* di Pasaraya Manggarai dan Pasaraya Blok M yang ditutup. Penutupan gerai tersebut dikarenakan sepi pengunjung yang datang ke gerai serta adanya peralihan cara belanja masyarakat di kota besar yang beralih berbelanja *online*.

Menurut Hans Kwee, analis Investa Saran Mandiri mengatakan, berkembangnya gerai ritel *online* sesuai dengan demand masyarakat yang menginginkan pembelian produk barang dan jasa yang cepat dan hemat waktu. Sehingga situs berbelanja *online* lebih ramai ketimbang gerai-gerai ritel *offline*. Selain dari penutupan gerai, kinerja pada PT Matahari Department Store Tbk (LPPF) dapat dilihat dari valuasi saham. Menurut Analisis JP Morgan pada bareksa.com pada tanggal 18 September 2017, harga saham LPPF terus mengalami pemerosotan harga yang anjlok hingga 48 persen, dari level sebelumnya Rp 19.550 menjadi Rp 10.200 dikarenakan menurunnya kinerja keuangan perusahaan yang berada dibawah prediksi konsesus.

Perkembangan teknologi pada sektor keuangan adalah *Financial Technology*. *Financial Technology* atau *Fintech* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat (Bank Indonesia, 2017). *Fintech* hadir untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi dan juga untuk meningkatkan literasi keuangan.

Di Indonesia, *Financial Technology* muncul sejak tahun 2015, dan mengalami perkembangan yang cukup pesat hingga tahun 2017. Menurut Lembaga Riset IDC *Financial Insight*, hingga kuartal ke 3 pada tahun 2017, di Indonesia terdapat sepuluh layanan *Fintech* yang mengalami pertumbuhan sangat cepat. Untuk menentukan nama-nama tersebut, IDC *Financial Insights* melakukan pengamatan pada beberapa hal, mulai dari pasar yang dituju, adopsi pengguna, investasi yang didapat, inovasi, pemasaran, hingga peluang mereka untuk bertahan. Dari sepuluh layanan *fintech* tersebut, tujuh diantaranya didominasi pada cakupan *fintech* di bidang pembayaran dan pemberian pinjaman.

Financial Technology sudah digunakan sejak tahun 2004 oleh Zopa yaitu institusi keuangan di Inggris yang menjalankan jasa peminjaman uang. Kemudian model keuangan baru melalui perangkat lunak Bitcoin yang digagas oleh Satoshi Nakamoto pada tahun 2008. Dalam perspektif sejarah, konsep inti dari pengembangan *fintech* sebenarnya tidak bisa dilepaskan dari aplikasi konsep peer-to-peer (P2P) yang digunakan oleh Napster pada tahun 1999 untuk *music sharing*.

Hadirnya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* tersebut dikenal dengan disruptif inovasi. Inovasi tersebut muncul mengembangkan suatu produk atau layanan dengan cara yang tidak diduga pasar, umumnya dengan menciptakan jenis konsumen berbeda pada pasar yang baru dan menurunkan harga pada pasar yang lama (Christensen, 1997).

Menurunnya kinerja keuangan perusahaan *incumbent* dimulai pada tahun ditandai dengan kejadian demo besar-besaran yang dilakukan supir taksi perusahaan *incumbent* mulai tahun 2015. Pada tahun berikutnya, setelah perusahaan taksi online mulai menguasai pasar di Indonesia selama hampir dua tahun, membuat operasional perusahaan *incumbent* taksi mengalami penurunan pendapatan dan konsumen taksi membuat para supir taksi perusahaan *incumbent* semakin terprovokasi untuk melakukan demonstrasi menolak hadirnya moda transportasi online. Demonstrasi yang dilakukan para awak dan sopir transportasi konvensional ini sangat ricuh, demonstran menghancurkan beberapa taksi konvensional yg lain apabila terdapat supir taksi konvensional yang tidak mau bergabung untuk melakukan unjuk rasa. Selain aksi anarki dan merugikan banyak pihak yang mereka lakukan tersebut, dalam demonstrasi mereka dengan tegas menolak kehadiran transportasi online karena dianggap menjadi satu-satunya faktor yang membuat penghasilan mereka menurun.

Berdasarkan penjabaran diatas, pada penelitian ini akan membahas dari prespektif kinerja keuangan perusahaan *go-public*. Apakah dengan munculnya perusahaan-perusahaan digital berbasis aplikasi *online* seperti Gojek, Grab, Tokopedia, Shopee dan Investree berdampak baik atau buruk pada operasional

perusahaan *go-public*. Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian bagaimana kinerja keuangan Perusahaan Publik sebelum dan sesudah hadir dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* dan melakukan studi Empiris pada Perusahaan Publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat diambil beberapa masalah, yakni:

1. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan pada sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online yang dilihat dari *profitability ratio* ?
2. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan pada sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online yang dilihat dari *leverage ratio* ?
3. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan pada sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online yang dilihat dari *liquidity ratio* ?
4. Bagaimana kinerja keuangan perusahaan pada sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online yang dilihat dari *activity ratio* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian peneliti yang ingin dicapai adalah antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan yang dilihat dari *profitability ratio* perusahaan sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan di Indonesia akibat dari munculnya aplikasi online.
2. Untuk mengetahui kinerja keuangan yang dilihat dari *leverage ratio* perusahaan sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan di Indonesia akibat dari munculnya aplikasi online.
3. Untuk mengetahui kinerja keuangan yang dilihat dari *liquidity ratio* perusahaan sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan di Indonesia akibat dari munculnya aplikasi online.
4. Untuk mengetahui kinerja keuangan yang dilihat dari *activity ratio* perusahaan sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan di Indonesia akibat dari munculnya aplikasi online.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi, dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang keuangan terkait kinerja keuangan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia seiring dengan munculnya perusahaan aplikasionline. Diharapkan pula penelitian ini dapat sebagai sarana penerapan ilmu yang diperoleh selama penelitian.

2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai :
 - a. Penilaian pengukuran kinerja perusahaan pada sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia seiring dengan munculnya perusahaan aplikasi online
 - b. Bukti empiris apakah kinerja keuangan perusahaan berpengaruh signifikan setelah munculnya aplikasi online
 - c. Bahan pertimbangan perusahaan untuk pengembangan keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan
 - d. Kontributor informasi serta masukan bagi manajerial dalam menghadapi masalah yang berhubungan dengan penilaian kinerja perusahaan
3. Bagi masyarakat, dapat dijadikan sebagai acuan informasi untuk mengetahui kinerja keuangan perusahaan, serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sikap yang perlu dilakukan masyarakat sebagai konsumen.
4. Bagi pemerintah, dapat dijadikan acuan informasi mengenai kinerja keuangan perusahaan *incumbent* seiring dengan muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*. Hal ini dapat dijadikan bahan pertimbangan langkah yang perlu dilakukan pemerintah untuk mengatasi masalah yang timbul agar tercapai *win-win* solution bagi banyak pihak.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perusahaan *Startup*

2.1.1 Pengertian Perusahaan *Startup*

Start-up yang berasal dari kata “*needed to start and develop a new business*” (Oxford Dictionary of Business English for Learners of English) yang berarti memulai bisnis baru. Juga termasuk tahapan untuk memulai usaha modal Ventura, yaitu saat investor modal Ventura atau kumpulan investasi akan menyediakan dana bagi usaha baru, biasanya berdasarkan rencana bisnis yang menjelaskan latar belakang kelompok manajemen sejalan dengan proyeksi pasar dan keuangan. Investasi atau pinjaman yang dilakukan pada tahap ini disebut juga seed money (Syahrul et al, 2000).

Sedangkan menurut Ries (2011), *startup* adalah sebuah perusahaan atau institusi perorangan yang berdiri secara spontan muncul pada kondisi ketidakpastian yang ekstrim dan memiliki inovasi inti untuk menghasilkan produk dan jasa yang mereka inginkan sesuai dengan revolusi pasar. Perusahaan *startup* sendiri dapat berupa berbagai macam tipe bisnis yang tidak berfokus pada inovasi produk atau jasanya (Blank dan Dorf, 2012).

Pada lingkungan pasar yang kompetitif, *startup* memiliki peran penting. Entrepreneur muda akan mengambil tindakan untuk menjawab kebutuhan pasar melalui ide dan kreativitas yang disruptif, menciptakan model bisnis baru untuk membantu memperkuat keuangan negaranya. Meskipun *startup*

merupakan revolusi ide, hal tersebut tidak menjamin bahwa *startup* merupakan bisnis berkelanjutan yang berhasil. Beberapa perusahaan *startup* juga melakukan pencarian pendanaan untuk proyek mereka agar menjadi *startup* yang mumpuni dan untung.

2.1.2 Model Bisnis Startup

Secara umum model bisnis *startup* yang berkembang di Indonesia ada 4 macam, antara lain sebagai berikut:

1) Marketplace

Marketplace adalah model bisnis dengan menggunakan perantara website dan pada model bisnis ini pelanggan tidak hanya menikmati fasilitas transaksi bisnis secara *online*, tetapi juga mendapatkan fasilitas transaksi pembayaran dari perusahaan e-commerce marketplace. Fasilitas ini diberikan sebagai garansi kepada konsumen apabila barang yang dibeli tidak sesuai yang diinginkan ataupun tidak orisinal.

Menurut Brunn et all (2002), *marketplace* dibagi menjadi 2, yaitu marketplace horizontal dan marketplace vertikal.

Marketplace Horizontal ini tentunya dikategorikan berdasarkan dari produk yang dijualnya yang biasanya bisa dijangkau oleh banyak konsumen umum. Contoh produknya seperti *gadget*, pakaian, accessories, makanan, dll. Dengan contoh produk seperti itu dikategorikan karena harga produk yang masih dapat dijangkau oleh konsumen biasa.

Marketplace Vertikal ini tentunya dikategorikan berdasarkan produk khusus yang dijual hanya untuk memenuhi kebutuhan khusus pada

perusahaan lain. Contohnya seperti penjualan bahan baku, penjualan beton, penjualan baja, penjualan logam, dll. Tentu saja produk yang dijual pada kategori ini untuk memenuhi kebutuhan industri perusahaan lainnya.

2) *The Subscription Model*

Menurut Rahardjo (2016), maksud dari Subscription atau dalam bahasa Indonesia adalah mode berlangganan. Berlangganan disini seperti pengguna berlangganan tv kabel. layanan tv kabel tersebut digunakan atau tidak, pengguna perlu membayar bulanan.

3) *On-demand model*

Ketika teknologi berkembang semakin cepat, konsumen lebih menyukai bertransaksi secara instan. Model *on-demand* hadir dengan kenyamanan, kecepatan, dan kesederhanaan dalam bertransaksi. Didukung oleh perkembangan teknologi *Smartphone* yang semakin pesat menjadi faktor pendorong perubahan transformasional dalam berbelanja barang dan atau jasa pada konsumen. *Startup on-demand* seperti Gojek, Grab, Seekmi hadir untuk membantu aktifitas konsumen sehari-hari (Tamaro, 2016).

4) *Freemium model*

Freemium yang berasal dari kata *free* yang berarti bebas biaya atau gratis dan juga *premium* adalah model bisnis yang memberikan layanan dasar secara gratis kepada pengguna namun mengenakan tarif untuk layanan premium untuk fitur yang lebih eksklusif kepada pengguna yang membayar.

Di Indonesia yang menggunakan model bisnis ini adalah Urbanhire. Model bisnis ini memiliki beberapa kekurangan yaitu pengguna yang merasa puas

dengan layanan dasar akan tidak tertarik untuk menikmati fasilitas premium (Tamaro, 2016).

2.2 e-Business

2.2.1 Pengertian e-Business

Wu et al (2003) mendefinisikan *e-business* sebagai “penggunaan teknologi berupa internet untuk menghubungkan antara konsumen, supplier, rekan bisnis dan karyawan dengan menggunakan (1) *website e-commerce* sebagai transaksi penjualan, (2) *website customer service*, (3) portal intranet dan perusahaan, (4) ekstranet dan rantai pasokan, (5) *IP electronic data interchange*. Selain itu Sawhney dan Zabin (2001) mengartikan e-business sebagai jaringan elektronik dan teknologi yang digunakan untuk memungkinkan, mengembangkan dan mentransformasi proses bisnis atau sistem bisnis untuk menghasilkan nilai superior untuk konsumennya.

2.2.2 Ruang lingkup e-Business

Terdapat 4 prinsip yang digunakan pada *e-Business*, antara lain adalah:

1. Dimensi *What*

Pada dimensi ini mencakup aktifitas apa saja yang terdapat pada *e-Business*. Seperti, kolaborasi antara organisasi dan mitranya, interaksi antara organisasi dan pelanggannya, pertukaran informasi antara organisasi dengan para stakeholder, dan lain sebagainya.

2. Dimensi *Who*

Pada dimensi ini mencakup entitas-entitas yang berinteraksi dalam suatu sistem e-bisnis dapat diklasifikasikan menjadi: *Agent, Business, Consumer, Device, Employee, Family, and government.*

3. Dimensi *Where*

Pada dimensi ini mencakup aktivitas *e-bisnis* dapat dilakukan di mana saja, sejauh pihak-pihak yang berkepentingan memiliki fasilitas elektronik sebagai kanal akses.

4. Dimensi *Why*

Pada dimensi ini mencakup bagaimana *e-bisnis* tidak hanya menguntungkan organisasi karena banyaknya komponen biaya tinggi yang dapat dihemat, tetapi juga memberikan kesempatan kepada organisasi untuk menaikkan tingkat pendapatannya.

2.2.3 Model *e-Business*

Menurut Glover et al (2001), terdapat 4 model pokok yang berkembang dalam revolusi internet ini yang juga dinamakan the New Economy, yaitu :

1. Business to Business (B2B)

B2B adalah model bisnis suatu perusahaan yang menjual barang atau jasa pada perusahaan lain.

2. Business to Consumer (B2C)

B2C adalah model bisnis suatu perusahaan yang menjual barang atau jasa pada pasar atau publik. Contohnya pada Amazon.com

3. Consumer to Consumer (C2C)

C2C adalah model bisnis perorangan yang menjual barang atau jasa kepada perorangan. Contoh adalah eBay.com

4. Consumer to Business (C2B)

C2B adalah model bisnis perorangan yang menjual barang atau jasa kepada perusahaan. Contoh ialah Priceline (www.priceline.com), dimana konsumen menawarkan harga tertentu dimana ia menginginkan membeli berbagai barang dan jasa, termasuk tiket pesawat terbang dan hotel.

2.2.5 *E-Commerce*

Elektronik Commerce atau yang biasa disebut dengan *E-Commerce* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* internet (Shim, et al, 2000) atau pertukaran produk, jasa dan informasi termasuk Internet (Turban et al, 2000). Sedangkan menurut Whiteley (2000), *e-commerce* adalah konsep umum yang meliputi segala bentuk dari transaksi bisnis atau pelaksanaan pertukaran informasi dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Selain itu, menurut Kalakota dan Whinston (1997) *E-Commerce* memiliki pengertian dari beberapa persepektif, yakni :

- Dari perspektif komunikasi: *E-Commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
- Dari perspektif proses bisnis: *E-Commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
- Dari perspektif layanan: *E-Commerce* merupakan satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
- Dari perspektif *online*: *E-Commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di Internet dan Jasa *online* lainnya.

Sehingga dapat disimpulkan *E-Commerce* merupakan konsep bisnis baru yang meliputi proses transaksi jual beli barang atau jasa dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi atau internet.

2.2.6 Kerangka *E-Commerce*

Aktivitas bisnis seperti *E-Commerce* membutuhkan tempat, oleh karena itu menurut Suyanto (2003), aplikasi *E-Commerce* dibangun di atas infrastruktur dengan 4 wilayah utama yakni: manusia, kebijakan publik, standard dan protokoler teknis, serta organisasi lain.

Menurut Badruzaman (2006), terdapat 6 (enam) komponen dalam Kontrak Dagang Elektronik, yaitu:

- Adanya kontrak dagang
- Kontrak tersebut dilaksanakan dengan media elektronik (digital)
- Kehadiran fisik para pihak tidak diperlukan

- Kontrak terjadi dalam jaringan public
- Sistemnya terbuka yaitu dengan internet atau WWW (World Wide Web)
- Kontrak terlepas dari batas yuridiksi nasional.

2.2.7 Klasifikasi *E-Commerce*

Menurut Suyanto (2003), *E-Commerce* diklasifikasikan berdasarkan sifat transaksinya, yaitu antara lain :

1) *Business to Business (B2B)*

e-Commerce tipe ini meliputi transaksi yang menggambarkan transaksi antar organisasi yang dilakukan di *elektronic market*. Contoh pada tipe ini adalah Wal-Mart.

2) *Business to Consumer (B2C)*

e-Commerce tipe ini merupakan transaksi yang dilakukan oleh pedagang eceran dengan pembeli perorangan. Contohnya adalah amazon.com, Barnes & Nobles, Cisco, Tokopedia, Shopee, Buka Lapak, Traveloka.

3) *Consumer to Business (C2B)*

e-Commerce pada kategori ini digambarkan dengan transaksi antara perseorangan dengan menjual atau layanan ke organisasi, dan perseorangan yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka dan menyepakati suatu transaksi.

4) *Consumer to Consumer (C2C)*

e-Commerce pada *Consumer to Consumer* digambarkan dengan transaksi antara seorang konsumen yang menjual secara langsung ke konsumen lainnya.

5) *Intrabusiness e-Commerce*

Intrabusiness e-Commerce termasuk dalam kategori ini adalah semua aktivitas intern organisasi yang dijalankan menggunakan jaringan internet, yang melibatkan pertukaran barang, jasa atau informasi. Aktivitas yang tercakup dapat beragam tingkatannya, mulai dari penjualan produk perusahaan ke pekerja, pelatihan secara online serta pemangkasan biaya. Contohnya adalah SAP, Oracle, dll.

2.2.8 Model Bisnis *E-Commerce*

Menurut Asosiasi E-Commerce Indonesia, secara umum terdapat 3 macam model bisnis *e-commerce*, antara lain sebagai berikut :

1) Daftar Iklan Baris / *Classified*

Bentuk bisnis *e-commerce* ini adalah salah satu yang paling sederhana. Penyedia jasa daftar iklan baris tidak terlibat secara langsung dalam proses jual beli, melainkan hanya sebagai perantara antara penjual dan pembeli. Penjual dapat menjual barang kapan saja, dan pelaku bisnis *e-commerce* akan mendapat keuntungan dari pemasangan iklan pada websitenya. Metode transaksi yang paling populer dalam situs ini adalah *cash on delivery* (COD). Contoh yang termasuk *classified* adalah Kaskus, Berniaga.com, dan Olx.co.id.

2) *Marketplace*

Dalam model bisnis ini, pelaku bisnis e-commerce tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memberikan layanan transaksi keuangan secara online. Layanan *escrow* atau rekening pihak ketiga biasanya dilakukan untuk menjamin keamanan transaksi. Penjual hanya akan menerima uang pembayaran setelah pembeli menerima barang yang ia beli. Uang akan disimpan di rekening pihak ketiga selama barang belum sampai. Jika transaksi gagal dan terjadi masalah dengan barang, maka uang akan dikembalikan pada pembeli.

Penyedia jasa bisnis *e-commerce* akan mendapatkan uang dari iklan premium, layanan penjual premium, dan komisi dari setiap transaksi. Contoh yang termasuk *marketplace* adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Belanja.com.

3) *Shopping Mall*

Model bisnis *e-commerce* ini mirip dengan *marketplace*, namun pihak yang bisa berjualan di *e-commerce* tersebut haruslah sebuah brand besar dan ternama karena proses verifikasi yang ketat. Pada model bisnis ini, toko online atau penjual memiliki alamat website (domain) sendiri, dimana penjual memiliki stok produk/jasa dan menjualnya secara online kepada pembeli. Pelaku bisnis *e-commerce* dapat mengambil komisi dari penjual yang adalah brand besar, sehingga keuntungannya pun bisa lebih besar. Contoh yang termasuk *shopping mall* adalah Zalora, Hijup, Berrybenka.

2.3 *Financial Technology*

2.3.1 *Pengertian Financial Technology*

Menurut Bank Indonesia, *Financial Technology* atau yang biasa disebut dengan *Fintech* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, tanpa memerlukan pembayaran dengan cara tatap muka langsung dengan membawa sejumlah uang kas. Transaksi keuangan tersebut dapat dilakukan dalam skala jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik.

2.3.2 *Macam – macam Financial Technology*

Menurut Bank Indonesia, terdapat 4 jenis *Financial Technology*, yakni :

1) *Crowdfunding dan Peer to Peer Lending*

Crowdfunding merupakan salah satu instrumen pembiayaan. Crowdfunding adalah mengumpulkan dana dalam skala yang kecil tetapi berasal dari jumlah masyarakat yang besar, sehingga terkumpul dana yang signifikan. Cara ini dapat digunakan sebagai alternatif mendanai industri *startup* yang semakin marak ataupun UMKM yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan sistem crowdfunding dan peer to peer lending ini, pengguna dimungkinkan untuk memperoleh pinjaman sejumlah uang kepada para pemberi pinjaman sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam tiap penyedia jasa.

2) *Market Aggregator*

Market Aggregator memiliki kemampuan untuk mengumpulkan data finansial. Data ini kemudian akan diberikan kepada pengguna. Berbagai data finansial yang diberikan bertujuan agar pengguna dapat melakukan perbandingan. Perbandingan ini nantinya digunakan untuk memilih produk keuangan yang dirasa terbaik. Sisi positif dan negatif dari produk keuangan dapat terlihat lebih transparan. Contoh *fintech market aggregator* adalah Cekaja.

3) *Risk and Investment Management*

Klasifikasi yang ketiga mengambil konsep sebagai financial planner dengan mode digital. Dengan klasifikasi ini pengguna akan dimudahkan dengan pemberian arahan terkait produk investasi apa yang cocok dan sesuai untuk pengguna. Pengguna akan dibantu untuk mengetahui kondisi keuangannya. Setelah itu pengguna juga akan dibantu untuk melakukan perencanaan keuangan secara digital dengan mudah dan cepat. Hal ini memungkinkan pengguna untuk tidak repot-repot menyusun rencana keuangan sendiri.

4) *Payment, Settlement, and Clearing*

Jenis fintech yang terakhir ini termasuk instrumen pembiayaan, yang memiliki tujuan untuk mempercepat dan mempermudah proses pembayaran via online. Contoh dari klasifikasi keempat ini adalah e-wallet dan payment gateway seperti t-cash, Gopay, dsb. Transaksi akan lebih cepat, mudah, dan

praktis untuk dilakukan. Pengguna hanya perlu melakukan pembayaran melalui ponsel saja.

2.4 Kinerja Keuangan

Kinerja perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu dan sebagai tanggung jawab manajemen kepada para pemangku kepentingan. Kinerja keuangan tersebut dapat dilihat melalui Rasio Keuangan. Rasio keuangan adalah indeks yang mempunyai hubungan relevan dan signifikan antara dua angka dalam pos-pos laporan keuangan dengan membandingkan angka-angka tersebut dalam satu periode untuk membantu mengevaluasi suatu laporan keuangan.

Menurut Sutrisno (2000), jenis rasio menurut tujuan penggunaan rasio adalah antara lain sebagai berikut:

2.4.1 Profitability Ratio

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 yang digunakan untuk menentukan tingkat profitabilitas suatu perusahaan adalah antara lain sebagai berikut :

1) *Gross Profit Margin*

Gross profit margin merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih (Martono dan Harjito, 2007).

2) *Net Profit Margin*

Net Profit Margin atau Marjin Laba Bersih merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan (Harjito dan Martono, 2007).

3) *Return of Asset (ROA)*

Return of Assets (ROA) atau yang disebut dengan rentibilitas ekonomis merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki perusahaan (Sutrisno, 2000).

4) *Return of Investment (ROI)*

Return of Investment (ROI) merupakan rasio yang membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva (Harjito dan Martono, 2007).

5) *Return of Equity (ROE)*

Return of Equity (ROE) atau yang biasa disebut Rentibilitas Modal Sendiri merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan pemilik modal sendiri (Harjito dan Martono, 2007).

2.4.2 Leverage Ratio

Leverage ratio atau rasio solvabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban baik jangka pendek maupun jangka pendek perusahaan dengan dibiayai melalui hutang. Perusahaan yang memiliki kekayaan atau aktiva yang cukup untuk membayar semua hutang-hutangnya disebut perusahaan yang *solvable*. Perusahaan yang *solvable* belum tentu likuid demikian juga sebaliknya.

Menurut Martono dan Harjito (2007), terdapat 2 macam rasio yang digunakan untuk menentukan tingkat solvabilitas suatu perusahaan adalah antara lain sebagai berikut :

1) Debt Ratio (Rasio Hutang)

Debt Ratio merupakan rasio antara total hutang (total debt) dengan total aset (total assets) yang dinyatakan dalam presentase (Martono dan Harjito, 2007). Rasio hutang digunakan untuk mengukur prosentase besarnya dana yang bersifat dari hutang. Hutang yang dimaksud adalah semua hutang yang dimiliki perusahaan baik yang berjangka pendek maupun yang berjangka panjang (Sutrisno, 2000).

2) Total Debt to Equity Ratio

Total Debt to Equity Ratio merupakan perbandingan total hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri atau ekuitas (Martono dan Harjito, 2007). Rasio ini digunakan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (*kreditor*) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata

lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan hutang (Kasmir, 2008).

2.4.3 Liquidity Ratio

Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Rasio yang digunakan untuk menentukan tingkat likuiditas suatu perusahaan adalah antara lain sebagai berikut :

1) Current Ratio.

Current Ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk membayar utang yang segera harus dipenuhi dengan aktiva lancar (Munawir, 2000). Aktiva lancar tersebut meliputi kas, piutang dagang, efek, persediaan, dan aktiva lancar lainnya. Sedangkan hutang jangka pendeknya meliputi hutang dagang, hutang wesel, hutang bank, hutang gaji dan hutang lainnya yang harus segera dibayar (Sutrisno, 2000).

2) Cash Ratio

Cash Ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar utang yang segera dipenuhi dengan kas yang tersedia dalam perusahaan serta efek yang dapat segera diuangkan (Riyanto, 1995).

3) Quick Ratio (Acid Test Ratio)

Quick ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar utang yang harus dipenuhi dengan aktiva

lancar yang lebih likuid (*quick assets*). Setiap utang lancar Rp 1,- dijamin oleh *quick ratio assets* Rp 1,- (Riyanto, 1995).

2.4.4 Activity Ratio

Rasio Aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya untuk aktivitas perusahaan. Menurut Martono dan Harjito (2007) terdapat 4 macam rasio aktivitas, antara lain sebagai berikut :

1) Total Assets Turnover (Perputaran Aktiva)

Total Assets Turnover (TATO) mengukur perputaran dari semua aset yang dimiliki perusahaan (Martono dan Harjito, 2007). Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dana yang tertanam dalam keseluruhan aktivitas yang berputar pada suatu periode tertentu. Rasio ini juga digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan modal yang diinvestasikan untuk menghasilkan *revenue* (Munawir, 2000).

2) Receivable Turnover (Perputaran Piutang)

Perputaran piutang menunjukkan kualitas piutang dagang perusahaan dan kesuksesan perusahaan dalam mengumpulkan piutang dagang tersebut (Martono dan Harjito, 2007).

3) Inventory Turnover (Perputaran Persediaan)

Rasio perputaran persediaan adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana perputaran persediaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan (Fahmi, 2015).

4) *Receivable Turnover in Days* (Perputaran Piutang Harian)

Receivable turnover in days disebut juga dengan *Average collection period* yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengumpulkan jumlah piutang dalam setiap jangka waktu tertentu. Piutang dapat dikatakan likuid apabila dikumpulkan tepat waktu atau dalam waktu yang singkat (Martono dan Harjito, 2007).

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap *Profitability Ratio* Perusahaan

Pesatnya perkembangan teknologi pada abad 21 sekarang ini mempengaruhi banyak perubahan yang terjadi pada perusahaan *incumbent* atau perusahaan yang sudah terlebih dahulu berdiri dan beroperasi di Dunia. Hal tersebut menjadi faktor pendorong Barua et al (2001) untuk penelitian mengenai transformasi bisnis perusahaan konvensional menjadi *e-business*. Pada penelitian ini membahas tentang banyaknya perusahaan *incumbent* yang mengalami perubahan bisnis proses dari tradisional menjadi berbasis teknologi untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan mereka. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan pada sektor manufaktur, *retail*, distribusi dan *wholesale*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan transformasi dari tradisional ke *e-business* pada rantai nilai serta semua proses dan kegiatan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Lain halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Christensen et all., (2015) mengenai, inovasi disruptif yang ditimbulkan akibat hadir dan beroperasinya

perusahaan startup seperti sekarang ini dapat mengganggu keberadaan perusahaan incumbent. Hal tersebut disebabkan bisnis model yang digunakan perusahaan startup berbeda dengan perusahaan *incumbent*. Perusahaan rintisan seperti startup hadir di pasaran dengan cara mengembangkan produk atau jasa yang dibutuhkan masyarakat dengan kepraktisan dan alternatif harga yang lebih terjangkau, lain halnya dengan perusahaan incumbent yang berfokus pada pengembangan produk untuk menarik konsumen agar profitabilitas perusahaan meningkat. Pengembangan produk tersebut membutuhkan biaya produksi yang tinggi dan membuat produk dijual dengan harga mahal sehingga tidak ada lagi konsumen yang tertarik dengan produk perusahaan incumbent tersebut.

Berbeda hasil dengan yang dilakukan oleh Ihsanudin (2016). Penelitian mengenai analisis kinerja keuangan perusahaan keluarga sebelum dan sesudah krisis tahun 2008. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah CR, DER, ROA, TATO, dan PER. Hasil penelitian yang didapat, semua variabel penelitian tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 2008. Kemudian pada penelitian yang dilakukan Newton (2006), melalui CFO Innovation Asia, berdasarkan daftar 100 perusahaan publik terbesar di Dunia menurut Forbes, sebesar 68% melakukan kerjasama dengan perusahaan startup agar mereka berkembang lebih besar lagi.

H₁: Terdapat perbedaan *Return of Assets* perusahaan antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

2.4.2 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap terhadap *Leverage Ratio*

Pada penelitian yang dilakukan Wu et al pada tahun 2003 mengenai analisa adopsi penggunaan *e-business* pada bisnis proses suatu perusahaan dan dampaknya pada kinerja perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada empat perusahaan teknologi. Hasil yang didapat adalah 5 dari 6 perusahaan sampel menunjukkan hasil yang signifikan berpengaruh positif pada bisnis proses perusahaan sampel. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Amit dan Zott (2012). Penelitian mengenai model bisnis baru dan dampaknya pada perusahaan pemain lama atau perusahaan *incumbent*. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis baru mengganggu keberadaan perusahaan *incumbent*.

Untuk aplikasi e-business, penelitian yang dilakukan oleh Sanders (2007) mengenai bagaimana dampak e-business pada rantai pasokan dan kerjasama inter maupun intra organisasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang ada di US dengan metode questioner. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah terdapat dampak secara langsung dan berpengaruh signifikan positif terhadap kerjasama inter dan intra organisasi. Hal ini menunjukkan perusahaan perlu melakukan menggunakan e-business pada perusahaannya sebagai fasilitator.

Selanjutnya, penelitian event study mengenai kinerja keuangan perusahaan yang melakukan Seasoned Equity Offering (SEO) yang dilakukan oleh Sulistiyanto (2002). Pada penelitian ini Sulistiyanto menggunakan variabel CR, DER, TAT, NPM, dan ROA. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah

perusahaan yang melakukan SEO mengalami penurunan setelah melakukan penawaran saham tambahan tersebut. Hal tersebut dapat dilihat melalui mean variabel CR, ROA, TAT dan NPM yang mengalami peningkatan menjelang SEO dan mengalami penurunan setelah SEO. Lain halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan Bakti (2010). Penelitian dengan topik yang sama dengan Sulistyanto tetapi menghasilkan hasil penelitian yang berbeda, yakni terdapat perbedaan signifikan pada rasio CR setelah perusahaan melakukan SEO.

H₂: Terdapat perbedaan *Debt Ratio* perusahaan antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

2.4.3 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap terhadap *Liquidity Ratio*

Pada penelitian yang dilakukan oleh Guercini dan Milanese (2016) ini meneliti mengenai hubungan hadirnya perusahaan startup dengan kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan incumbent akibat hadirnya perusahaan startup. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan *startup* tidak selalu membawa dampak yang negatif dan tidak selalu relevan dengan menurunnya kinerja keuangan perusahaan incumbent dan tingkat liabilitas perusahaan incumbent.

Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan Guercini dan Milanese, Penelitian yang dilakukan oleh Hashai dan Markovichc (2017) mengenai tingkat persaingan pasar antara *startup* dengan perusahaan *incumbent*. Pada penelitian ini, *startup* ditemukan dapat menjadi disruptor keberadaan perusahaan *incumbent* dan bisa menjadi pihak yang dapat diajak kolaborasi untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan startup dan incumbent dapat berkolaborasi

apabila memiliki pandangan market value yang sama-sama *valuable*. Selain itu, pada penelitian ini dijabarkan bahwa perusahaan *startup* yang baru berdiri masih dikatakan susah untuk dapat kompetitif di pasar perdagangan. Lain halnya dengan perusahaan *startup* yang memiliki tingkat inovasi yang tinggi dapat menguasai pasar perdagangan dan mengganggu keberadaan perusahaan *incumbent*. Hasil yang didapat pada penelitian ini perusahaan *high-tech startup* dapat mengganggu keberadaan perusahaan *incumbent* dan bersaing secara kompetitif di pasar perdagangan.

H₃: Terdapat perbedaan *Current Ratio* perusahaan antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

2.4.4 Pengaruh Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi Online terhadap terhadap *Activity Ratio*

Penelitian yang dilakukan oleh Fritsch dan Mueller (2008), mengenai efek yang timbul akibat terjadinya perubahan model bisnis baru pada perekonomian di Jerman. Pada penelitian yang telah dilakukan Fritsch (2007) menunjukkan bahwa dengan hadirnya perusahaan *startup*, banyak perusahaan *incumbent* yang kehilangan karyawannya sehingga perusahaan *incumbent* dapat kekurangan produktivitas dan mengakibatkan kebangkrutan. Meskipun pada tahun 1996, Fritsch juga melakukan penelitian mengenai perkembangan pertumbuhan karyawan akibat hadirnya perusahaan *startup* tidak berpengaruh positif.

Falk dan Hagsten (2015) melakukan penelitian untuk menguji pola aktivitas pada *e-commerce* dan dampaknya pada pertumbuhan produktivitas perusahaan pada 14 negara di Eropa. Penelitian ini meneliti mikro agregat data perusahaan

pada tahun 2002-2010. Pendekatan empiris yang digunakan adalah spesifikasi statis dan model data panel dinamis. Dalam penelitian ini, penulis memperkirakan hubungan antara pertumbuhan produktivitas kerja perusahaan yang terlibat dalam aktivitas penjualan elektronik berdasarkan pada sampel data tingkat perusahaan yang digabungkan dan dikumpulkan secara mikro yang mencakup 14 Eropa negara untuk periode 2002–2010. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan dalam aktivitas penjualan elektronik dan pertumbuhan produktivitas tenaga kerja terpengaruh secara signifikan positif. Hal tersebut berarti bahwa dengan munculnya e-commerce berpengaruh pada produktivitas perusahaan di benua Eropa.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Moroni et al (2015) mengenai bagaimana mengembangkan startup agar tetap kompetitif. Pada penelitian ini Moroni et al berfokus pada apa saja desain strategi inovasi yang dapat digunakan perusahaan Startup agar dapat bertahan di pasar perdagangan yang kompetitif. Penelitian ini dilakukan dengan dilatarbelakangi oleh perusahaan Startup Brazil yang mengalami kesulitan untuk menghubungkan inovasi desain dengan strategi pada perusahaannya skala kecilnya. Pada penelitian yang telah dilakukan pada peneliti terdahulu membuktikan bahwa terdapat kemungkinan yang dapat dilakukan untuk menghubungkan atau menerapkan inovasi pada strategi perusahaan skala kecil.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Althoff et al (2016), pada penelitiannya mengenai bagaimana *social networking* mempengaruhi sikap konsumen *offline*. Penelitian yang dilakukan melalui *physical activity tracking*

application pada 791 juta aktivitas *online* dan *offline* yang dilakukan oleh 6 juta *users* selama 5 tahun. Penelitian ini dilakukan pada 100 negara di dunia melalui aplikasi Argus yang dapat mendeteksi aktivitas harian pengguna, termasuk berlari, berjalan, tidur, mendeteksi detak jantung, yoga, bersepeda, dll. Selama 5 tahun penelitian, terdapat peningkatan aktivitas aplikasi online sebesar 30%, retensi pengguna sebesar 17% dan aktivitas offline sebesar 7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *social networking* mempengaruhi signifikan pada pengguna *online* disertai dengan pengguna *offline*.

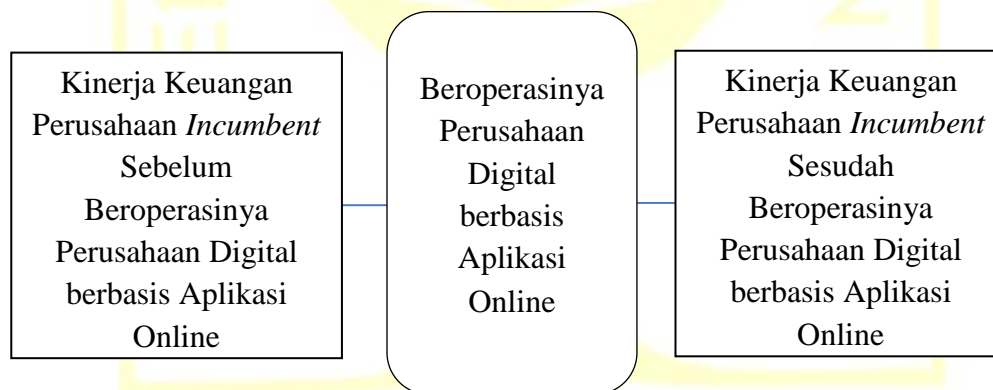
Anvari dan Norouzi (2016) melakukan penelitian mengenai dampak dari *e-commerce* dan R & D dan dua variabel lain pada pengembangan ekonomi di 21 negara yang dipilih. Penelitian ini menggunakan teknik data panel dengan metode Generalized Least Square Regression (GLS) selama periode 2005 hingga 2013. Hasilnya menunjukkan bahwa *e-commerce* dan R & D memiliki dampak positif dan signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) per kapita berdasarkan tingkat daya beli, dengan *e-commerce* memiliki efek pengembangan-peningkatan yang lebih kuat dibandingkan dengan R & D. Pengeluaran kesehatan dan ukuran pemerintah sebagai variabel dependen lainnya juga memiliki pengaruh positif terhadap PDB per kapita, yang bisa efektif dalam meningkatkan dan menumbuhkan ekonomi.

Penelitian yang dilakukan Krishna (2018) dengan objek penelitian empat puluh lima perusahaan *high-tech startup* di India yang mengkaji hubungan antara transformasi pembelajaran entrepreneurial dan dampak dari pembelajaran ini dalam meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan *high-tech startup* di India.

Penelitian ini dilakukan peneliti untuk mengetahui model transformasi pembelajaran mana yang memiliki pengaruh signifikan pada keberlangsungan hidup perusahaan *high-tech startup* di India. Model pembelajaran pada penelitian ini ada dua macam yakni eksploratif dan eksploitatif. Hasil pada penelitian ini menunjukkan model pembelajaran eksploratif dan pengambilan keputusan secara casual dapat berpengaruh secara signifikan positif terhadap keberlangsungan hidup perusahaan *high-tech startup* di India.

H₄: Terdapat perbedaan *Total Asset Turnover Ratio* perusahaan antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

2.5 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pada sektor transportasi, *retail* dan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purpose sampling*. Teknik *purpose sampling* dilakukan dengan cara mengambil sampel yang dibutuhkan dengan pertimbangan tertentu dan dibatasi dengan kriteria tertentu yang umumnya disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sampel yang digunakan pada penelitian ini diambil berdasarkan kriteria antara lain sebagai berikut :

- a. Perusahaan pada sektor transportasi, *retail* dan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2014 (sebelum beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online) dan 2016-2017 (setelah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online).
- b. Memiliki data laporan keuangan yang lengkap selama periode penelitian.

Berdasarkan metode *purpose sampling*, daftar perusahaan *incumbent go-public* di Indonesia yang dijadikan sampel pada penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut :

Tabel 3.1**Data Sampel Perusahaan**

No	Nama Perusahaan	Kode	Sektor Perusahaan
1	Bank BCA	BBCA	Perbankan
2	Bank BNI	BBNI	Perbankan
3	Bank BRI	BBRI	Perbankan
4	Bank CIMB Niaga	BNGA	Perbankan
5	Bank Mandiri	BMRI	Perbankan
6	Bank Artha Graha International	INPC	Perbankan
7	Bank BRI Syariah	BRIS	Perbankan
8	Bank Bumi Artha	BNBA	Perbankan
9	Bank Capital Indonesia	BACA	Perbankan
10	Bank Ganesha	BGTG	Perbankan
11	Bank MNC International	BABP	Perbankan
12	Bank Nationalnobu	NOBU	Perbankan
13	Bank Nusantara Parahyangan	BBNP	Perbankan
14	Bank of India Indonesia	BSWD	Perbankan
15	Bank Agris	AGRS	Perbankan
16	Bank Dinar Indonesia	DNAR	Perbankan
17	Bank Maspion Indonesia	BMAS	Perbankan
18	Adi Sarana Armada	ASSA	Transportasi
19	Blue Bird	BIRD	Transportasi
20	Express Transindo Utama	TAXI	Transportasi

21	Zebra Nusantara	ZBRA	Transportasi
22	Ace Hardware Indonesia	ACES	<i>Retail Trade</i>
23	Matahari Department Store	LPPF	<i>Retail Trade</i>
24	Matahari Putra Prima	MPPA	<i>Retail Trade</i>
25	Mitra Adiperkasa	MAPI	<i>Retail Trade</i>
26	Midi Utama Indonesia	MIDI	<i>Retail Trade</i>
27	Ramayana Lestari Sentosa	RALS	<i>Retail Trade</i>
28	Sumber Alfaria Trijaya	AMRT	<i>Retail Trade</i>
29	Indoritel Makmur Internasional	DNET	<i>Retail Trade</i>
30	HERO Supermarket	HERO	<i>Retail Trade</i>
31	Duta Intidaya	DAYA	<i>Retail Trade</i>
32	supra boga lestari	RANC	<i>Retail Trade</i>
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	CENT	<i>Retail Trade</i>
34	Catur Sentosa Adiprana	CSAP	<i>Retail Trade</i>
35	Electronic City Indonesia	ECII	<i>Retail Trade</i>
36	Erajaya Swasembada	ERAA	<i>Retail Trade</i>
37	Global Teleshop	GLOB	<i>Retail Trade</i>
38	Golden Retailindo	GOLD	<i>Retail Trade</i>
39	Tiphone Mobile Indonesia	TELE	<i>Retail Trade</i>
40	Trikonsel Oke	TRIO	<i>Retail Trade</i>
41	Ekasari Lorena Transport	LRNA	Transportasi
42	Panorama Transportasi	WEHA	Transportasi

3.2 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan pada sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode dua tahun sebelum muncul dan dua tahun setelah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*.

Sumber data yang digunakan merupakan publikasi laporan keuangan masing-masing perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh melalui website www.idx.co.id ataupun web resmi perusahaan sampel yang bersangkutan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yakni dengan cara mendokumentasikan, mencatat, dan mempelajari data dan dokumen yang diperlukan pada penelitian ini. Data serta dokumen tersebut adalah laporan keuangan perusahaan yang dapat diperoleh melalui website www.idx.co.id ataupun web resmi perusahaan yang bersangkutan.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan. Secara spesifik, kinerja keuangan pada penelitian ini difokuskan pada kinerja keuangan perusahaan yang terkena dampak atas munculnya perusahaan berbasis aplikasi *online* pada sektor transportasi, *retail trade* dan perbankan. Kinerja keuangan perusahaan diukur dengan menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan tersebut adalah antara lain sebagai berikut :

3.3.1 Rasio Profitabilitas

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 besar rasionya semakin baik (Sutrisno, 2000). Rasio ROA yang ideal menurut Prawironegoro (2006) adalah lebih besar dari 5%. Rasio yang digunakan untuk menentukan tingkat profitabilitas suatu perusahaan pada penelitian ini adalah *Return of Assets ratio*. Rumus *Return of Assets ratio* adalah antara lain sebagai berikut:

$$\text{Return of Assets ratio} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

3.3.2 Rasio Solvabilitas atau Rasio Leverage

Rasio solvabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban baik jangka pendek maupun jangka pendek perusahaan dengan dibiayai melalui hutang. Rasio ini menunjukkan seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang. Semakin kecil *debt ratio*, semakin aman (*solvable*). Porsi hutang terhadap aktiva harus lebih kecil (Harahap, 2002). Rasio *debt ratio* yang ideal menurut Prawironegoro (2006) adalah lebih kecil dari 100%. Rasio yang digunakan untuk menentukan tingkat solvabilitas suatu perusahaan yang digunakan pada penelitian ini adalah *Debt Ratio*. Rumus *Debt ratio* adalah:

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

3.3.3 Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu. Semakin besar perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancar, semakin tinggi kemampuan perusahaan menutupi kewajiban jangka pendeknya dan didapatkan rasio 1 : 1 atau 100%, berarti aktiva lancar dapat menutupi semua hutang lancar. Jadi dikatakan sehat apabila hasil rasio yang didapat diatas 1 atau 100% (Harahap, 2002). Sedangkan menurut Prawironegoro (2006) standar *current ratio* suatu perusahaan yang ideal adalah sebesar 200%. Rasio untuk menentukan tingkat likuiditas suatu perusahaan yang digunakan pada penelitian ini adalah *Current Ratio*. Rumus *Current Ratio* adalah:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

3.3.4 Rasio Aktivitas

Rasio Aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya untuk aktivitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dana yang tertanam dalam keseluruhan aktivitas yang berputar pada suatu periode tertentu. Semakin tinggi tingkat perputaran yang dihasilkan, semakin efektif perusahaan dalam memanfaatkan aktivitasnya (Sutrisno, 2000). Rasio yang digunakan pada penelitian ini adalah *Total Assets Turnover*. Rumus *Total Assets Turnover* adalah:

$$\text{Total Assets Turnover (TATO)} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

3.4 Metode analisis Data

3.4.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang ada pada penelitian. Variabel utama dalam penelitian ini adalah data keuangan yang diungkapkan perusahaan dalam laporan keuangan dalam kurun waktu yang telah ditentukan yakni dua tahun sebelum datangnya perusahaan aplikasi *online* dan dua tahun setelah datangnya perusahaan berbasis aplikasi *online*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata, maksimal, minimal dan standard deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian.

3.4.2 Uji Normalitas Data

Uji distribusi normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang telah didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik inferensial atau statistik parametrik. Dalam penggunaan statistik parametrik mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu, sebelum dilakukn pengujian hipotesis perlu dilakukan terlebih dahulu pengujian normalitas data (Sugiyono, 2008).

Untuk melakukan pengujian uji normalitas data dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*, dengan membandingkan *Asymptotic Significance* dengan $\alpha = 5\%$. Dasar penarikan kesimpulan adalah data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymptotic Significance* $> 0,05$ (Santoso, 2004).

3.4.3 Uji Hipotesis

Apabila hasil dari pengujian ini menunjukkan sampel berdistribusi normal maka uji yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji parametrik yakni *paired sample t-test*. Namun apabila sampel tidak berdistribusi normal maka uji beda yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji non-parametrik dengan menggunakan *wilcoxon sign rank test*. Menurut Santotso (2010), sampel t-berpasangan adalah satu set sampel dengan subjek yang sama namun diperlakukan dalam dua cara yang berbeda (*pretest* dan *postest*).

1. *Paired Sample T-Test*

Paired sample t-test merupakan uji yang digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel yang berpasangan dan berdistribusi normal. Sampel yang berpasangan disini diartikan sebagai sebuah sampel dengan subjek yang sama namun mengalami dua perlakuan yang berbeda pada situasi sebelum dan sesudah proses.

2. *Wilcoxon Sign Rank Test*

Apabila sampel yang digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel berpasangan tidak berdistribusi normal, uji yang dilakukan adalah dengan menggunakan *Wilcoxon Sign Rank Test*. Subjek yang diukur dalam uji ini diukur dengan cara yang sama namun diberi dua macam perlakuan sebelum dan sesudah (*pretest* dan *postest*).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya perbedaan dan pengaruh kinerja keuangan perusahaan *incumbent* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasi perusahaan digital berbasis aplikasi *online*. Kinerja keuangan tersebut diukur menggunakan rasio *Return of Assets*, *Current Ratio*, *Debt Ratio* dan *Total Assets Turnover*.

Berdasarkan penjabaran perusahaan sampel tersebut diatas, adapun daftar perusahaan startup yang diindikasikan mengganggu keberadaan perusahaan *incumbent* tersebut diatas (terlampir pada lampiran 2). Selanjutnya penelitian ini menggunakan dua tahapan analisis, yakni analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis deskriptif menggambarkan data – data kinerja keuangan perusahaan *incumbent* sebelum dan sesudah datangnya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*. Sedangkan untuk analisis statistik menggunakan uji normalitas untuk menentukan data yang di uji mengalami distribusi normal atau tidak. Apabila data terdistribusi normal, maka uji yang digunakan adalah uji *paired sample t test*, sebaliknya apabila data tidak terdistribusi normal menggunakan uji *wilcoxon signed ranks test*.

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran deskripsi data yang digunakan pada penelitian ini. Pada analisis statistik deskriptif dapat dilihat melalui nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar

deviasi pada masing-masing variabel penelitian. Berikut merupakan hasil uji analisis statistik deskripsi pada penelitian ini antara lain sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA Sebelum	42	-.2229	.49124	.05431	.098157
ROA Sesudah	42	-.9439	.76079	-.01507	.265319
CR Sebelum	42	.3799	7.42166	1.33263	1.065072
CR Sesudah	42	-.3289	3.77203	1.11885	.668242
DR Sebelum	42	.1734	2.67282	.75332	.393479
DR Sesudah	42	.1225	2.63201	.77373	.453142
TATO Sebelum	42	.0040	4.17423	.66372	.923168
TATO Sesudah	42	.0046	4.47890	.81696	.939203
Valid N (listwise)	42				

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

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

a. ROA (*Return of Assets*)

Hasil rata-rata analisis statistik deskriptif pada variabel ROA sebelum muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* adalah sebesar 0.05431 dengan nilai standard deviasi sebesar 0.098157. Sedangkan untuk hasil rata-rata sesudah datangnya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* mengalami penurunan dengan nilai -0,01507 dengan standard deviasi sebesar 0.265319. Hal ini menunjukkan bahwa

tingkat keuntungan perusahaan incumbent mengalami penurunan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online.

b. CR (*Current Ratio*)

Hasil rata-rata analisis statistik deskriptif pada variabel CR sebelum beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* adalah sebesar 1.33263 dengan nilai standard deviasi sebesar 1.065072. Sedangkan untuk hasil rata-rata sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online mengalami penurunan dengan nilai rata-rata sebesar 1.11885 dengan standard deviasi sebesar 0.668242. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan incumbent dalam membayar kewajiban jangka pendeknya mengalami penurunan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online.

c. DR (*Debt Ratio*)

Hasil rata-rata analisis statistik deskriptif pada variabel DR sebelum beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online adalah sebesar 0.75332 dengan nilai standard deviasi sebesar 0.393479. Sedangkan untuk hasil rata-rata sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online mengalami kenaikan dengan nilai 0.77373 dengan standard deviasi sebesar 0.453142. Hal ini menunjukkan bahwa pendanaan yang berasal dari hutang pada perusahaan incumbent mengalami kenaikan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online.

d. TATO (*Total Assets Turnover*)

Hasil rata-rata analisis statistik deskriptif pada variabel TATO sebelum beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online adalah sebesar 0.66372 dengan nilai standard deviasi sebesar 0.923168. Sedangkan untuk hasil rata-rata sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online mengalami kenaikan dengan nilai 0.81696 dengan standard deviasi sebesar 0.939203. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan modal perusahaan incumbent untuk menghasilkan pendapatan mengalami peningkatan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*.

4.2 Uji Normalitas

Selanjutnya sebelum melakukan uji hipotesis, perlu dilakukan uji statistik parametrik dengan menggunakan uji normalitas. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak. Adapun kriteria untuk menentukan apakah suatu data berdistribusi normal, dapat dilihat dari hasil tingkat signifikansi harus lebih besar dari 0,01 atau 1%.

Tabel 4.2
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* Return Of Assets

Variabel	Signifikansi	Kriteria	Keterangan
<i>Return Of Assets</i> sebelum	0,000 ^c	0,01	Tidak Berdistribusi Normal
<i>Return Of Assets</i> sesudah	0,000 ^c	0,01	Tidak Berdistribusi Normal

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi (*Sig.*) data tersebut sebesar 0,000. Nilai 0,000 lebih kecil dari 0,01. Kedua variabel tersebut menghasilkan data yang tidak terdistribusi normal. Maka pada variabel *Return of Assets* akan dilakukan uji *Wilcoxon Signed Ranks Test*.

Tabel 4.3
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Current Ratio

Variabel	Signifikansi	Kriteria	Keterangan
<i>Current Ratio</i> sebelum	0,075 ^c	0,01	Berdistribusi Normal
<i>Current Ratio</i> sesudah	0,049 ^c	0,01	Berdistribusi Normal

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini Berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi (*Sig.*) data tersebut sebesar 0,075 dan 0,049. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,01. Kedua variabel tersebut menghasilkan data yang berdistribusi normal. Maka pada variabel *Current Ratio* akan dilakukan uji *Paired Sample t-test*.

Tabel 4.4
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Debt Ratio

Variabel	Signifikansi	Kriteria	Keterangan
<i>Debt Ratio</i> sebelum	0,000 ^c	0,01	Tidak Berdistribusi Normal
<i>Debt Ratio</i> sesudah	0,000 ^c	0,01	Tidak Berdistribusi Normal

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi (*Sig.*) data tersebut sebesar 0,000 dan 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,01. Kedua variabel tersebut menghasilkan data yang tidak terdistribusi normal. Maka pada variabel *Debt Ratio* akan dilakukan uji *Wilcoxon Signed Ranks Test*.

Tabel 4.5
Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov Total Assets Turnover*

Variabel	Signifikansi	Kriteria	Keterangan
<i>Total Assets Turnover</i> sebelum	0,021 ^c	0,01	Berdistribusi Normal
<i>Total Assets Turnover</i> sesudah	0,035 ^c	0,01	Berdistribusi Normal

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Selanjutnya untuk uji normalitas keempat pada tabel diatas, menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi (*Sig.*) data tersebut sebesar 0,021 dan 0,035. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,01. Kedua variabel tersebut menghasilkan data yang berdistribusi normal. Maka pada variabel *Total Assets Turnover* akan dilakukan uji *Paired Sample t-test*.

4.3 Pengujian Hipotesis

4.3.1 Pengujian Hipotesis pada variabel *Return of Assets*

Hasil uji *Wilcoxon Signed Ranks Test Return of Assets* sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi online ditunjukkan pada tabel antara lain sebagai berikut :

Tabel 4.6aUji *Wilcoxon Signed Ranks Test* pada *Return of Assets***Test Statistics^a**

	<i>ROA sesudah – ROA sebelum</i>
Z	-3.070 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,002

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Tabel 4.6bUji *Paired Sample t-Test* pada *Return of Assets***Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
ROA Sebelum – ROA Sesudah	0.06937	0.224718	0.03467	-0.00065	0.13940	2.001	41	0.009
ROA Sebelum	0.05431	0.098157						
ROA Sesudah	-0.01507	0.265319						

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji diatas, dilakukan dua uji untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan. Hasil Uji *Wilcoxon Signed Ranks Test* pada variabel *Return of Assets* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002. Serta pada uji *paired sample t test* menunjukkan nilai 0,009. Oleh karena Signifikansi kedua uji tersebut diatas lebih kecil dari 0,05 maka, H₁ diterima. Hipotesis pertama yang berbunyi “terdapat perbedaan yang signifikan pada *Return of Assets* antara sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” **didukung atau diterima**. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* mengalami penurunan.

4.3.2 Pengujian Hipotesis pada variabel *Current Ratio*

Hasil uji *Paired Sample t-test Current Ratio* sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* ditunjukkan pada tabel antara lain sebagai berikut :

Tabel 4.7
Uji *Paired Sample t-test* pada *Current 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			
CR Sebelum - CR Sesudah	0.21379	1.23245	0.19017	-0.01703	0.59784	1.124	41	0.037
CR Sebelum	1.33263	1.06507						
CR Sesudah	1.11885	0.66824						

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Hasil Uji *Paired Sample t-test* pada variabel *Current Ratio* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,037. Oleh karena nilai Signifikansi 0,037 lebih kecil dari 0,05 maka, H_2 diterima. Hipotesis kedua yang berbunyi “terdapat perbedaan yang signifikan pada *Current Ratio* antara sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” **didukung atau diterima**. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* mengalami penurunan.

4.3.3 Uji Hipotesis pada variabel *Debt Ratio*

Hasil uji *Wilcoxon Signed Ranks Test Current Ratio* sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* ditunjukkan pada tabel antara lain sebagai berikut :

Tabel 4.8aUji *Wilcoxon Signed Ranks Test* pada *Debt Ratio*

	<i>Debt Ratio</i> sesudah - <i>Debt Ratio</i> sebelum
Z	-0,844 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,399

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Tabel 4.8bUji *Wilcoxon Signed Ranks Test* pada *Debt Ratio*

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
DR Sebelum – DR Sesudah	-0.020413	0.322137	.049707	-0.1208	0.07997	-0.411	42	0.683
DR Sebelum	0.75332	0.09962						
DR Sesudah	0.77373	0.17821						

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji diatas, dilakukan dua uji untuk memperkuat hasil penelitian yang dilakukan. Hasil Uji *Wilcoxon Signed Ranks Test* pada variabel *Debt Ratio* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,399 serta pada *uji paired sample t test* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,683. Oleh karena nilai Signifikansi pada kedua uji diatas lebih besar dari 0,05 maka, H₃ ditolak. Hipotesis ketiga yang berbunyi “terdapat perbedaan yang signifikan pada *Debt Ratio* antara sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” **tidak didukung atau ditolak**. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Debt Ratio* sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* mengalami kenaikan.

4.3.4 Uji Hipotesis pada variabel *Total Assets Turnover*

Hasil uji *Wilcoxon Signed Ranks Test* pada variabel *Total Assets Turnover* sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* ditunjukkan pada tabel antara lain sebagai berikut :

Tabel 4.9
Uji *Paired Sample t-test* pada *Total Assets Turnover*
Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
TATO Sebelum – TATO Sesudah	-0.15324	0.51301	0.079159	-0.31310	0.00662	-1.936	41	0.060
TATO Sebelum	0.66372	0.92317						
TATO Sesudah	0.81696	0.93920						

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

Hasil Uji *Paired Sample t-test* pada variabel *Total Assets Turnover* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,060. Oleh karena nilai Sig 0,060 mendekati nilai 0,05 maka, H_4 diterima. Hipotesis keempat yang berbunyi “terdapat perbedaan yang signifikan pada *Total Assets Turnover* antara sebelum dan sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” **didukung atau diterima**. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Total Assets Turnover* sesudah beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* mengalami kenaikan.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1. Terdapat perbedaan *Return of Assets* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan uji statistik normalitas *Kolmogorov-Smirnov test*, pengujian pada variabel *Return of Assets* menghasilkan data tidak terdistribusi normal. selanjutnya pengujian yang digunakan menggunakan uji *Wilcoxon Sign Rank Test*. Hasil yang didapat menunjukkan nilai yang lebih rendah dari tingkat signifikansi. Oleh karena itu, pengujian hipotesis pertama pada variabel ROA ini diterima. Hipotesis pertama yang berbunyi “terdapat perbedaan kinerja keuangan pada *Return of Assets* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” diterima. Artinya setelah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* berpengaruh positif pada kinerja keuangan perusahaan *incumbent*.

Hasil pengujian ini menjadi pendukung pengujian yang dilakukan oleh Christensen et al., (2015). Menurut oleh Christensen et al., (2015), inovasi disruptif yang ditimbulkan akibat hadirnya perusahaan *startup* dapat mengganggu keberadaan perusahaan *incumbent*. Hal tersebut disebabkan bisnis model yang digunakan perusahaan *startup* berbeda dengan perusahaan *incumbent*. Perusahaan rintisan seperti *startup* hadir di pasaran dengan cara mengembangkan produk atau jasa yang dibutuhkan masyarakat dengan kepraktisan dan alternatif harga yang lebih terjangkau, lain halnya dengan perusahaan *incumbent* yang berfokus pada pengembangan produk untuk menarik konsumen agar profitabilitas perusahaan

meningkat. Pengembangan produk tersebut membutuhkan biaya produksi yang tinggi dan membuat produk dijual dengan harga mahal sehingga tidak ada lagi konsumen yang tertarik dengan produk perusahaan incumbent tersebut. Lain halnya dengan yang diungkapkan oleh Barua et al (2001) yang menyatakan apabila perusahaan incumbent melakukan perubahan bisnis proses menjadi *e-business* pada semua kegiatan bisnis perusahaan, dapat berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan *incumbent*.

4.4.2. Terdapat perbedaan *Current Ratio* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan uji statistik normalitas *Kolmogorov-Smirnov test*, hasil dari pengujian pada variabel *Current Ratio* menghasilkan data yang berdistribusi normal. Pengujian yang digunakan adalah dengan menggunakan menggunakan uji *Paired Sample t-test*. Pada uji tersebut, hasil yang didapat menunjukkan nilai yang lebih kecil dari tingkat signifikansi. Hipotesis kedua yang berbunyi “terdapat perbedaan kinerja keuangan pada *Current Ratio* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap rasio *current ratio* antara sebelum dan sesudah datang dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*.

Hasil pengujian ini menjadi pendukung penelitian yang dilakukan oleh Amit dan Zott (2012). Pada penelitian yang meneliti tentang model bisnis baru dan dampaknya pada perusahaan pemain lama atau perusahaan *incumbent*. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis baru mengganggu keberadaan

perusahaan *incumbent*. Selain itu penelitian ini menolak pernyataan yang dilakukan pada penelitian yang dilakukan Wu et all (2003) yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan perubahan bisnis proses menjadi *e-business* dapat membantu peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

4.4.3. Tidak terdapat perbedaan *Debt Ratio* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan uji statistik normalitas *Kolmogorov-Smirnov test*, pengujian pada variabel *Debt Ratio* menghasilkan data tidak terdistribusi normal. Pengujian yang digunakan adalah uji *Wilcoxon Signed Rank Test*. Hasil yang didapat juga menunjukkan nilai yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang berbunyi “terdapat perbedaan kinerja keuangan pada *Debt Ratio* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” ditolak.

Hasil pengujian ini menjadi pendukung penelitian yang dilakukan oleh Guercini dan Milanesi (2016). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan hadirnya perusahaan startup dengan kewajiban yang harus dipenuhi perusahaan *incumbent* akibat hadirnya perusahaan startup. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan startup tidak selalu membawa dampak yang negatif dan tidak selalu relevan dengan menurunnya kinerja keuangan dan tingkat liabilitas perusahaan *incumbent*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hashai dan Markoviche (2017) mengenai tingkat persaingan pasar antara *startup* dengan perusahaan *incumbent*. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa

perusahaan *high-tech startup* dapat mengganggu keberadaan perusahaan *incumbent* dan bersaing secara kompetitif di pasar perdagangan.

4.4.4. Terdapat perbedaan *Total Assets Turnover* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*

Pada variabel *Total Assets Turnover* dilakukan pengujian statistik normalitas *Kolmogorov-Smirnov test* dan menghasilkan data yang tidak terdistribusi normal. Pengujian yang digunakan adalah *uji Paired Sample t-test*. Hasil yang didapat juga menunjukkan yang lebih besar dari nilai signifikansi. Oleh karena itu, hipotesis keempat yang berbunyi “terdapat perbedaan kinerja keuangan pada *Total Assets Turnover* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*” ditolak.

Hasil pengujian ini menjadi pendukung penelitian yang dilakukan oleh Fritsch dan Mueller pada tahun 2008, penelitian mengenai efek yang timbul akibat terjadinya perubahan model bisnis baru pada perekonomian di Jerman. Hasil pada penelitian menunjukkan bahwa dengan hadirnya perusahaan startup, banyak perusahaan *incumbent* yang kehilangan karyawannya sehingga perusahaan *incumbent* kekurangan produktivitas dan mengakibatkan kebangkrutan perusahaan.

Namun berbeda halnya dengan penelitian yang juga dilakukan oleh Fritsch pada tahun 1996, yang melakukan penelitian mengenai perkembangan pertumbuhan karyawan akibat hadirnya perusahaan *startup* dan menghasilkan tidak berpengaruh signifikan positif.

4.5 Tabel Rekapitulasi Hasil Analisis

Tabel 4.10
Rekapitulasi Hasil Analisis

Uji yang digunakan	Hipotesis	Interpretasi	Kesimpulan
<i>Uji Wilcoxon Signed Ranks Test</i>	Terdapat perbedaan kinerja keuangan pada <i>Return of Assets</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	Hipotesis diterima	Berpengaruh signifikan menurun
<i>Uji Paired Sample t-test</i>	Terdapat perbedaan kinerja keuangan pada <i>Current Ratio</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	Hipotesis diterima	Berpengaruh signifikan menurun
<i>Uji Wilcoxon Signed Ranks Test</i>	Terdapat perbedaan kinerja keuangan pada <i>Debt Ratio</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	Hipotesis ditolak	Tidak berpengaruh signifikan
<i>Uji Paired Sample t-test</i>	Terdapat perbedaan kinerja keuangan pada <i>Total Assets Turnover</i> antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi <i>online</i>	Hipotesis ditolak	Berpengaruh signifikan meningkat

Sumber : Data sekunder diolah, 2018

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan antara lain :

1. Terdapat perbedaan kinerja keuangan secara signifikan pada variabel *Return of Assets* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat profitabilitas perusahaan *incumbent*. Hal tersebut ditunjukkan dengan menurunnya nilai profitabilitas perusahaan sampel.
2. Terdapat perbedaan kinerja keuangan secara signifikan pada variabel *Current Ratio* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat likuiditas perusahaan *incumbent*. Hal tersebut ditunjukkan dengan menurunnya nilai likuiditas perusahaan sampel.
3. Tidak terdapat perbedaan kinerja keuangan secara signifikan pada variabel *Debt Ratio* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa muncul dan beroperasinya perusahaan digital

berbasis aplikasi *online* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rasio solvabilitas perusahaan *incumbent*.

4. Terdapat perbedaan kinerja keuangan secara signifikan pada variabel *Total Assets Turnover* antara sebelum dan sesudah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah muncul dan beroperasinya perusahaan digital berbasis aplikasi *online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rasio aktivitas perusahaan *incumbent*.

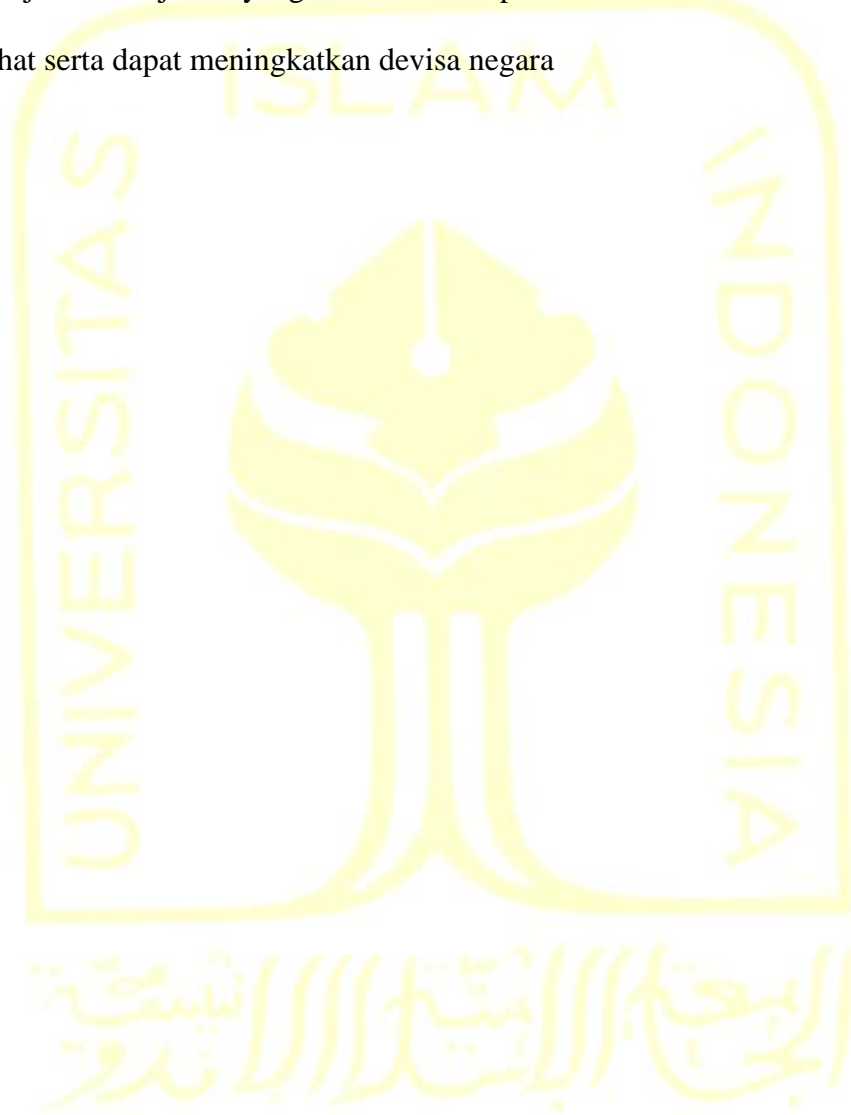
5.2 Saran

Tidak ada manusia yang sempurna, begitu pula peneliti, penelitian yang dilakukan peneliti masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, peneliti akan memberikan saran untuk penelitian lanjutan sebagai pelengkap kekurangan paa penelitian ini, yakni :

1. Bagi perusahaan *incumbent* yang sudah lama melakukan bisnis dan menguasai pasar terlebih dahulu dan mulai mengalami pergeseran bisnis karena pesatnya perkembangan teknologi, hendaknya untuk terbuka dengan perkembangan teknologi yang sedang berkembang dengan pesat, perlu dilakukan riset mendalam untuk mengatasi perubahan dinamisme dari konvensional ke serba teknologi dan hendaknya sangat disarankan, apabila perusahaan *incumbent* bisa berkolaborasi dengan perusahaan digital yang sesuai dengan proses bisnis, memungkinkan bisa mengembalikan operasional perusahaan.
2. Bagi peneliti yang akan datang sebaiknya membahas analisis dampak datangnya perusahaan digital dibandingkan dengan perusahaan *incumbent* per

sektor. Di Indonesia masih sangatlah jarang peneliti yang melakukan analisis dengan topik ini terutama dari segi kinerja keuangannya.

3. Bagi pemerintah, untuk mengatasi dinamisme teknologi yang sangat pesat ini, hendaknya dari pemerintah juga lebih siap dalam mengatur dan menerbitkan kebijakan-kebijakan yang adil dan tercapai sistem ekonomi Indonesia yang sehat serta dapat meningkatkan devisa negara



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Harjito., dan Martono (2007), *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Alam, Syamsu. (2009), Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Nasional Sebelum dan Sesudah Krisis Keuangan Global, *Jurnal Ekonomi Balance*, Volume 5, No.1, Januari 2009.
- Althoff, Tim., Pranav Jindal dan Jure Leskovec (2016), Online Actions with Offline Impact: How Online Social Networks Influence Online and Offline User Behavior, *WSDM February 06-10, Cambridge, United Kingdom*.
- Amit, Raphael dan Christoph Zott, (2001), Value Creation In E-Business, *Strategic Management Journal*, Vol. 22, hlm: 493–520
- Anvari, Rana Deljavan., dan Davoud Norouzi. (2016), The Impact Of E-Commerce And R&D On Economic Development In Some Selected Countries, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 229, 354 – 362.
- Audretsch, D. B., dan Fritsch, M. (1996), Creative destruction: Tubulence and economic growth. In H. Ernst & M. Perlman (Eds.), *Behavioral Norms, Technological Progress, and Economic Dynamics: Studies in Schumpeterian Economics* (pp. 137–150). Ann Arbor: University of Michigan Press
- Bakti, Rizki Persada. (2010), *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan sebelum dan sesudah Seasoned Equity Offering pada perusahaan yang terdaftar di*

Bursa Efek Jakarta, Skripsi Sarjana Program Studi Akuntansi, Yogyakarta:
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Barua, Anitesh., Prabhudev Konana, Andrew B. Whinston dan Fang Yin. (2001),
Managing E-Business Transformation: Opportunities and Value
Assessment, *Bureau of Business Research, McCombs School of Business,
The University of Texas at Austin*.

Blank , Steve., dan Bob Dorf (2012), *The Startup Owner's Manual: The Step-by-
step Guide for Building a Great Company, K&S Ranch*.

Brunn, P., M. Jensen dan J. Skovgaard (2002), E-Marketplaces: Crafting A
Winning Strategy, *European Management Journal*, 20(3), 286-298.

Christensen, Clayton M., Michael E. Raynor dan Rory McDonald. (2015), What
Is Disruptive Innovation?, *Harvard Business Review*.

Dagun, Save M. (1997), *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Lembaga
Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LPKN).

DailySocial.id (2016), *Indonesia FinTech Report 2016*, diperoleh pada 12 Juli
2018 di: <https://dailysocial.id/report/post/indonesias-fintech-report-2016>

Fahmi, Irfan. (2015), *Analisis Laporan Keuangan*, Penerbit Alfabeta: Bandung.

Fahmi, Irfan. (2014), *Analisa Kinerja Keuangan*, Penerbit Alfabeta: Bandung.

Falk, Martin., dan Eva Hagsten. (2015), E-Commerce Trends and Impacts Across
Europe, *International Journal of Production Economics* 170(Part A).

Fauzi, Ahmad. (2017), *Kerja Sama GO-JEK dan Blue Bird Ciptakan Iklim Bisnis yang Kondusif*, diperoleh pada 6 Mei 2018 di:
[https://ekonomi.kompas.com/read/2017/03/30/182504826/kerja.sama.go-
jek.dan.blue.bird.ciptakan.iklim.bisnis.yang.kondusif](https://ekonomi.kompas.com/read/2017/03/30/182504826/kerja.sama.go-
jek.dan.blue.bird.ciptakan.iklim.bisnis.yang.kondusif)

Fraser, Lyn M. dan Aileen Ormiston (2008), *Memahami Laporan Keuangan Edisi Ketujuh (terj)*, Indeks. Jakarta. Hlm. 17.

Fritsch, M. (1997), New firms and regional employment change, *Small Business Economics*, hlm: 437–448.

Fritsch, Michael dan Pamela Mueller, (2008), The effect of new business formation on regional development over time: the case of Germany, *Small Business Economics*, Vol.30, hlm:15–29.

Fuady, Munir. (2002), *Pengantar Hukum Bisnis, menata bisnis modern di era global*, Bandung: PT. Citra Aditya.

Glover, Steven M., Stephen W. Liddle., dan Douglas F. Prawit, (2001), *e-business principles & strategies for accountants*, Schoo; of Accountancy and Information Systems Marriot School Brigham Young University Provo, Utah: Prentice Hall, Inc. Upper Saddle river, New Jersey 07458.

Guercini, Simone., dan Matilde Milanesi, (2016), Interaction approach and liabilities: a case analysis of start-up firms, *Journal of Business-to-Business Marketing*, 23(4):293-309.

- Hanafi, Mamduh M., dan Abdul Halim. (2005), *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2002). *Teori Akuntansi Laporan Keuangan*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hashai, Niron., dan Sarit Markovichc. (2017), Market Entry by High Technology Startups: The Effect of Competition Level and Startup Innovativeness, *Strategy Science*, Vol. 2, No. 3, September 2017, pp. 141–160
- Idea (2016), Akselerasi Pertumbuh diperoleh pada 10 Juli 2018 di <https://apjii.or.id/gudang/download/TOPIK-2-:-Akselerasi-Pertumbuh.pdf>
- Ihsanudin. (2016), *Analisis Kinerja Perusahaan Keluarga Sebelum dan Sesudah Krisis 2008 (Studi Empiris pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia)*, Skripsi Program Studi Manajemen, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Ika, Aprillia. (2017), *Dua Gerai Ditutup, Bisnis Matahari Mulai Meredup?*, diperoleh pada 12 Juli 2018 di: <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/09/15/175813026/dua-gerai-ditutup-bisnis-matahari-mulai-meredup>
- Junanto, Herdiawan. (2017), Klasifikasi Empat Jenis Fintech Menurut Bank Indonesia, diperoleh pada 23 Juli 2018 di <http://marketeurs.com/fintech-bank-indonesia-klasifikasi/>
- Kalakota, Ravi., dan Andrew B. Whinston. (1997), *Electronic commerce : A Manager's Guide*, Addison-Wesley Professional.

Kasali, Rhenald. (2017), Disruption “tak ada yang tak bisa diubah sebelum dihadapi motivasi saja tidak cukup”, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Kasmir (2008), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.

Kominfo (2018), Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband, diperoleh pada 11 Juli 2018 di: https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers

Krishna, H. S. (2018), Entrepreneurial Learning and Indian Tech Startup Survival: An Empirical Investigation, *Asian Journal of Innovation and Policy* (2018) 7.1:055-078.

Laudon, Kenneth C. (2007), *Sistem Informasi Manajemen Edisi 10 Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat.

Manser, Martin H., dan Fergus McGauran. (1995), *Oxford Learner's Pocket Dictionary New Editio*, Oxford: Oxford University Press.

Moroni, Isabela., Amilton Arruda dan Katia Araujo. (2015), The design and technological innovation: how to understand the growth of startups companies in competitive business environment, *Procedia Manufacturing* Vol.3 hlm:2199 – 2204.

Munawir, S. (2000), *Analisa Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Liberty.

- Murwanto, Didik. (2009), Pengaruh Sebelum dan Sesudah Terjadi U.S Subprime Mortgage Crisis, *JAAI*, Vol. 6, No. 2, Desember 2009.
- Nadar, Maheshwari. (2016), Power of Startup, *GNIMS – Research Journal “SANSMARAN”*, Vol.6 No.2 July – Desember 2016. ISSN No.2278-7801.
- Newton (2006), How the world’s Biggest Companies Are Dealing with the Startup Revolution, *Proquest Document Link*.
- Nurchahyo, Rahmat. (2018), Characteristics of startup company and its strategy: Analysis of Indonesia fashion startup companies, *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (2.34).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017), Booklet Perbankan Indonesia 2017, diperoleh pada 20 Agustus 2018 di: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/booklet-perbankan-indonesia/Documents/pages/booklet-perbankan-indonesia-2017/BPI%202017%20Bahasa%20Indonesia.pdf>
- Pranoto, Waluyo Joko. (2001), *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan go-public yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Sebelum dan Selama Krisis Moneter (Studi Kasus: Pada Sektor Industri Barang Konsumsi*, Tesis Program Pasca Sarjana, Semarang: Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
- Prawironegoro, Darsono. (2006), *Manajemen Keuangan*, Jakarta Pusat: Diadit Media.
- Rahardjo, Budi. (2016). *Starting-up*. Bandung : PT Insan Infonesia.

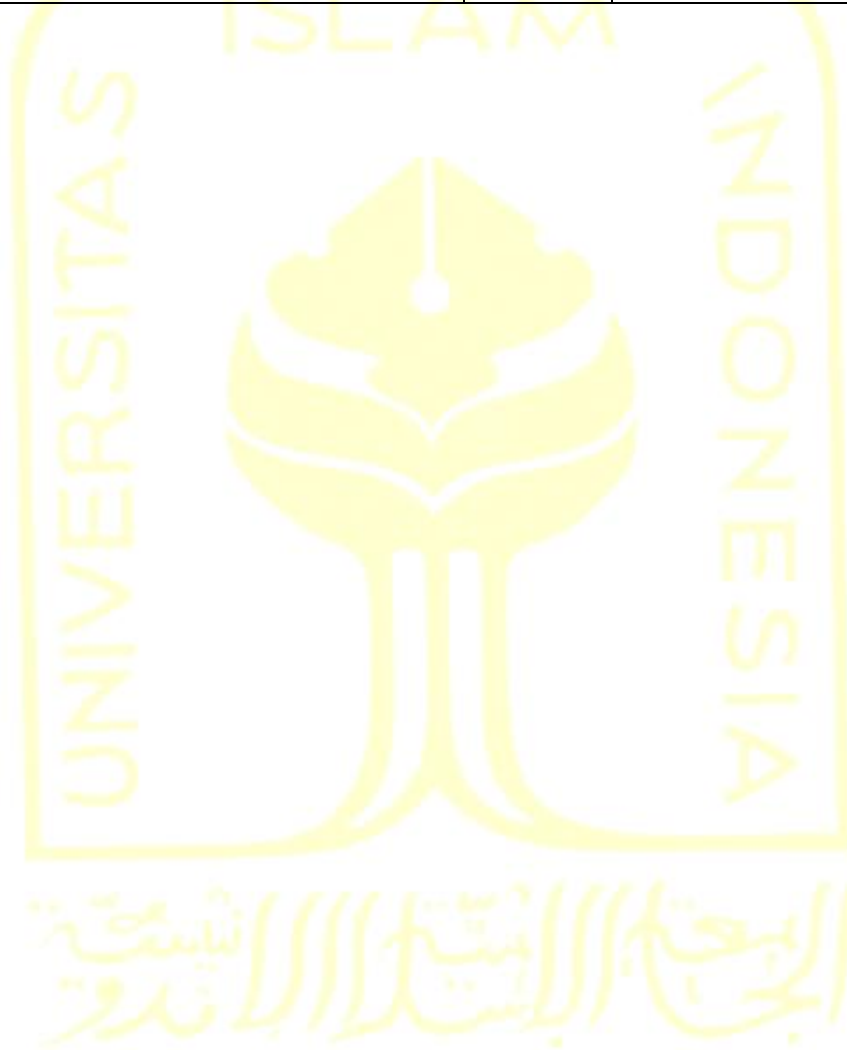
- Ries, Eric. (2011), *The Lean Startup : How Today's The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to create Radically Successful Business*, *Crown Business United States*.
- Robehmed, Natalie. (2013), *What Is A Startup*, diperoleh pada 12 Juli 2018 di: <https://www.forbes.com/sites/nalierobehmed/2013/12/16/what-is-a-startup/#1c61bc840440>
- Sanders, Nada R. (2007), *The Benefits Of Using E-Business Technology: The Supplier Perspective*, *Journal of Business Logistics*, Vol. 28, No. 2.
- Santoso, Singgih. (2004), *Mengatasi Berbagai masalah Statistik dengan SPSS, Versi 11.5*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, Singgih. (2010), *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Shim, Simon S.Y., Murali Sundaram, Vishnu Pendyala, dan Jerry Gao. (2000), *Business-to-Business E-Commerce Frameworks*, *San Jose State University*.
- Snihur, Yuliya., Llewellyn D W Thomas, dan Robert A Burgelman. (2018), *An Ecosystem-Level Process Model Of Business Model Disruption: The Disruptor's Gambit*, *Journal Of Management Studies*
- Siegel, Joel G., dan Jae K. Shim. (2007), *Schaum's Outline of Financial Management*, Third Edition, *McGraw-Hill*.
- Siregar, Syofian. (2013), *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Sugiyono (2008), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sulistiyanto, Sri. (2002), SEO : Benarkah under Performance Pasca Penawaran, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.4 no. 1.
- Sutrisno (2000), *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta : Ekonisia.
- Suyanto, M. (2003), *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tamaro, Nina. (2016), 9 Proven Business Models to Consider for Your Startup, diperoleh pada 12 Juli 2018 di: <https://www.huffingtonpost.com/nina-tomaro/9-proven-business-models-b-7949932.html>
- Turban, Efraim., Judy Mckay, David King dan Peter Marshall. (2000), *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, Prentice Hall, ISBN: 139752854.
- Whiteley, David. (2000), *e-Commerce : Strategy, Technologies and Application International Edition*. McGraw-Hill Book Co-Singapore.
- Wild, John J., dan K. R. Subramanyan. (2010), *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, copyright by McGraw Hill.
- Wiyono, Gendro dan Hadri Kusuma. (2017), *Manajemen Keuangan Lanjutan*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Wu, Fang., Vijay Mahajan dan Sridhar Balasubramanian. (2003), An Analysis of E-Business Adoption and Its Impact on Business Performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*. Volume 31, No. 4.

Lampiran 1
Daftar Nama Perusahaan Sampel

No	Nama Perusahaan	Kode	Sektor Perusahaan
1	Bank BCA	BBCA	Perbankan
2	Bank BNI	BBNI	Perbankan
3	Bank BRI	BBRI	Perbankan
4	Bank CIMB Niaga	BNGA	Perbankan
5	Bank Mandiri	BMRI	Perbankan
6	Bank Artha Graha International	INPC	Perbankan
7	Bank BRI Syariah	BRIS	Perbankan
8	Bank Bumi Artha	BNBA	Perbankan
9	Bank Capital Indonesia	BACA	Perbankan
10	Bank Ganesha	BGTG	Perbankan
11	Bank MNC International	BABP	Perbankan
12	Bank Nationalnobu	NOBU	Perbankan
13	Bank Nusantara Parahyangan	BBNP	Perbankan
14	Bank of India Indonesia	BSWD	Perbankan
15	Bank Agris	AGRS	Perbankan
16	Bank Dinar Indonesia	DNAR	Perbankan
17	Bank Maspion Indonesia	BMAS	Perbankan
18	Adi Sarana Armada	ASSA	Transportasi
19	Blue Bird	BIRD	Transportasi
20	Express Transindo Utama	TAXI	Transportasi
21	Zebra Nusantara	ZBRA	Transportasi
22	Ace Hardware Indonesia	ACES	<i>Retail Trade</i>
23	Matahari Department Store	LPPF	<i>Retail Trade</i>
24	Matahari Putra Prima	MPPA	<i>Retail Trade</i>
25	Mitra Adiperkasa	MAPI	<i>Retail Trade</i>
26	Midi Utama Indonesia	MIDI	<i>Retail Trade</i>
27	Ramayana Lestari Sentosa (RALS)	RALS	<i>Retail Trade</i>
28	Sumber Alfaria Trijaya	AMRT	<i>Retail Trade</i>
29	Indoritel Makmur Internasional	DNET	<i>Retail Trade</i>
30	HERO Supermarket	HERO	<i>Retail Trade</i>
31	Duta Intidaya	DAYA	<i>Retail Trade</i>
32	supra boga lestari	RANC	<i>Retail Trade</i>
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	CENT	<i>Retail Trade</i>
34	Catur Sentosa Adiprana	CSAP	<i>Retail Trade</i>

No	Nama Perusahaan	Kode	Sektor Perusahaan
35	Electronic City Indonesia	ECII	<i>Retail Trade</i>
36	Erajaya Swasembada	ERAA	<i>Retail Trade</i>
37	Global Teleshop	GLOB	<i>Retail Trade</i>
38	Golden Retailindo	GOLD	<i>Retail Trade</i>
39	Tiphone Mobile Indonesia	TELE	<i>Retail Trade</i>
40	Trikonsel Oke	TRIO	<i>Retail Trade</i>
41	Ekasari Lorena Transport	LRNA	Transportasi
42	Panorama Transportasi	WEHA	Transportasi



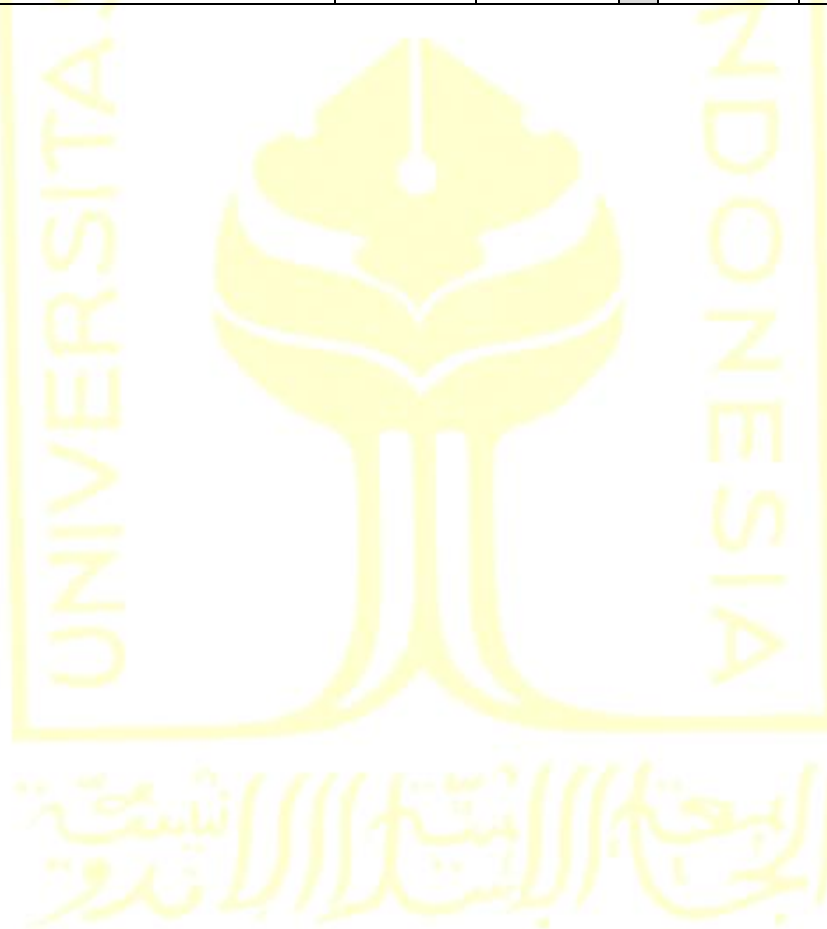
Lampiran 2
Daftar Nama Perusahaan Startup

No	Nama Perusahaan	Kategori
1	Uang Teman	<i>Fintech</i>
2	Amar Bank	<i>Fintech</i>
3	Taralite	<i>Fintech</i>
4	Investree	<i>Fintech</i>
5	Koinworks	<i>Fintech</i>
6	Shopee	<i>Retail Trade</i>
7	Bukalapak	<i>Retail Trade</i>
8	Tokopedia	<i>Retail Trade</i>
9	OLX.co.id	<i>Retail Trade</i>
10	Blibli.com	<i>Retail Trade</i>
11	Lazada	<i>Retail Trade</i>
12	JD.ID	<i>Retail Trade</i>
13	Go-Jek	<i>on demand aplication</i>
14	Uber	<i>on demand aplication</i>
15	Grab	<i>on demand aplication</i>

Lampiran 3
**Perhitungan *Return Of Assets* Perusahaan Sampel
Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017**

No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
1	Bank BCA	0.02872	0.02989		0.03049	0.03108
2	Bank BNI	0.02343	0.02600		0.01892	0.01941
3	Bank BRI	0.03410	0.03024		0.02613	0.02579
4	Bank CIMB Niaga	0.02877	0.02292		0.02104	0.01494
5	Bank Mandiri	0.02569	0.02416		0.02007	0.02084
6	Bank Artha Graha International	0.01051	0.07971		0.06198	0.04652
7	Bank BRI Syariah	0.07446	0.03233		0.06148	0.03205
8	Bank Bumi Artha	0.01389	0.01005		0.01106	0.01277
9	Bank Capital Indonesia	0.09872	0.08095		0.04215	0.05700
10	Bank Ganesha	0.05447	0.92801		0.68918	0.83240
11	Bank MNC International	-0.01001	-0.05785		0.07540	-0.06313
12	Bank Nationalnobu	0.03777	0.02698		0.03371	0.03175
13	Bank Nusantara Parahyangan	0.01360	0.01377		0.01052	0.03425
14	Bank of India Indonesia	-0.07665	-0.09775		-0.11728	-0.02832
15	Bank Agris	0.05033	0.11169		0.08347	-0.02291
16	Bank Dinar Indonesia	0.08866	0.01893		0.05660	0.04923
17	Bank Maspion Indonesia	0.09941	0.07205		0.06716	0.06103
18	Adi Sarana Armada	0.06079	0.04784		0.03867	0.03426
19	Blue Bird	0.14123	0.15735		0.06861	0.06472
20	Express Transindo Utama	0.06167	0.03910		-0.00007	-0.24388
21	Zebra Nusantara	-0.20010	-0.24562		-1.19517	0.06896
22	Ace Hardware Indonesia	0.20291	0.18623		0.18299	0.16749
23	Matahari Department Store	0.03916	0.41636		0.41567	0.35138
24	Matahari Putra Prima	0.06762	0.09507		0.00574	-0.22911
25	Mitra Adiperkasa	0.04183	0.00902		0.01951	0.03064
26	Midi Utama Indonesia	0.03192	0.05374		0.04601	0.02108
27	Ramayana Lestari Sentosa	0.08919	0.07796		0.08790	0.08311
28	Sumber Alfaria Trijaya	0.05199	0.04141		0.02844	0.01177
29	Indoritel Makmur Internasional	0.02682	0.05176		0.04776	0.01567
30	HERO Supermarket	0.08651	0.00527		-0.01611	-0.02600
31	Duta Intidaya	-0.23532	0.14223		-0.12105	-0.01444
32	Supra Boga Lestari	0.04672	0.01205		0.05484	0.04687

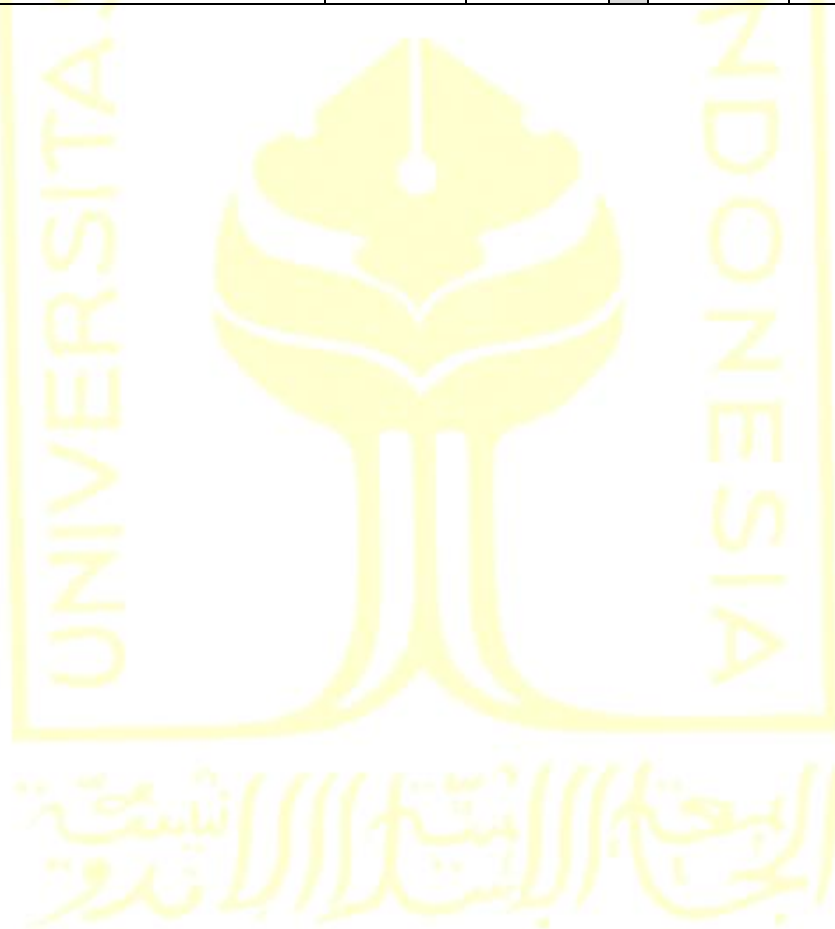
No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	-0.03627	-0.04674		-0.02267	-0.00265
34	Catur Sentosa Adiprana	0.05733	0.07305		0.01760	0.01733
35	Electronic City Indonesia	0.10224	0.06462		-0.01715	0.05159
36	Erajaya Swasembada	0.06964	0.03452		0.03525	0.03912
37	Global Teleshop	0.07729	0.04993		-1.58374	-0.24173
38	Golden Retailindo	0.06844	0.03169		-0.00861	-0.00580
39	Tiphone Mobile Indonesia	0.12979	0.10616		0.05707	0.04779
40	Trikomsel Oke	0.06217	0.03657		-1.17431	-0.71352
41	Ekasari Lorena Transport	0.01333	0.00548		-0.09228	-0.14970
42	Panorama Transportasi	0.07015	0.04174		-0.08034	0.16808



Lampiran 4
**Perhitungan *Current Ratio* Perusahaan Sampel
Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017**

No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
1	Bank BCA	0.67001	0.95964		0.75531	0.70939
2	Bank BNI	1.23690	1.25904		1.25468	1.24404
3	Bank BRI	1.09432	1.06211		1.06283	1.00559
4	Bank CIMB Niaga	1.21118	1.19570		1.12523	1.13900
5	Bank Mandiri	1.24191	1.23251		1.23416	1.16034
6	Bank Artha Graha International	1.35399	1.42020		-0.49266	-0.16509
7	Bank BRI Syariah	0.40580	0.35400		0.39117	0.45662
8	Bank Bumi Artha	1.30508	1.32068		1.09715	1.12304
9	Bank Capital Indonesia	0.67501	0.78488		1.11952	1.13121
10	Bank Ganesha	0.43616	0.90429		0.54040	0.44111
11	Bank MNC International	0.90460	0.42981		1.15749	1.08732
12	Bank Nationalnobu	0.96106	0.74414		1.16582	1.14101
13	Bank Nusantara Parahyangan	1.12769	1.13164		1.18903	1.18168
14	Bank of India Indonesia	1.84345	1.20601		0.87312	1.03198
15	Bank Agris	1.15905	1.11733		1.15269	1.15633
16	Bank Dinar Indonesia	1.42356	1.20131		1.11662	1.11037
17	Bank Maspion Indonesia	1.16325	1.12033		1.12453	1.10722
18	Adi Sarana Armada	0.48937	0.40111		0.48964	0.42831
19	Blue Bird	0.48025	1.74369		1.08377	1.76907
20	Express Transindo Utama	1.03776	1.31074		4.07692	3.46715
21	Zebra Nusantara	0.23358	0.78795		0.22259	0.11940
22	Ace Hardware Indonesia	1.25448	1.52183		1.67330	1.47159
23	Matahari Department Store	0.90101	0.84077		1.14901	1.13901
24	Matahari Putra Prima	1.37221	1.41985		1.23054	0.64131
25	Mitra Adiperkasa	1.11738	1.34364		1.58234	1.48937
26	Midi Utama Indonesia	1.07133	0.66988		0.76618	0.72133
27	Ramayana Lestari Sentosa	2.46488	2.78535		2.80562	2.95001
28	Sumber Alfaria Trijaya	0.82068	0.91457		0.89605	0.88421
29	Indoritel Makmur Internasional	1.56196	2.47127		0.84452	0.62049
30	HERO Supermarket	1.61442	1.17758		1.42939	1.27143
31	Duta Intidaya	1.75032	1.97818		1.76249	1.56641
32	supra boga lestari	1.59372	1.31297		1.59395	1.59960

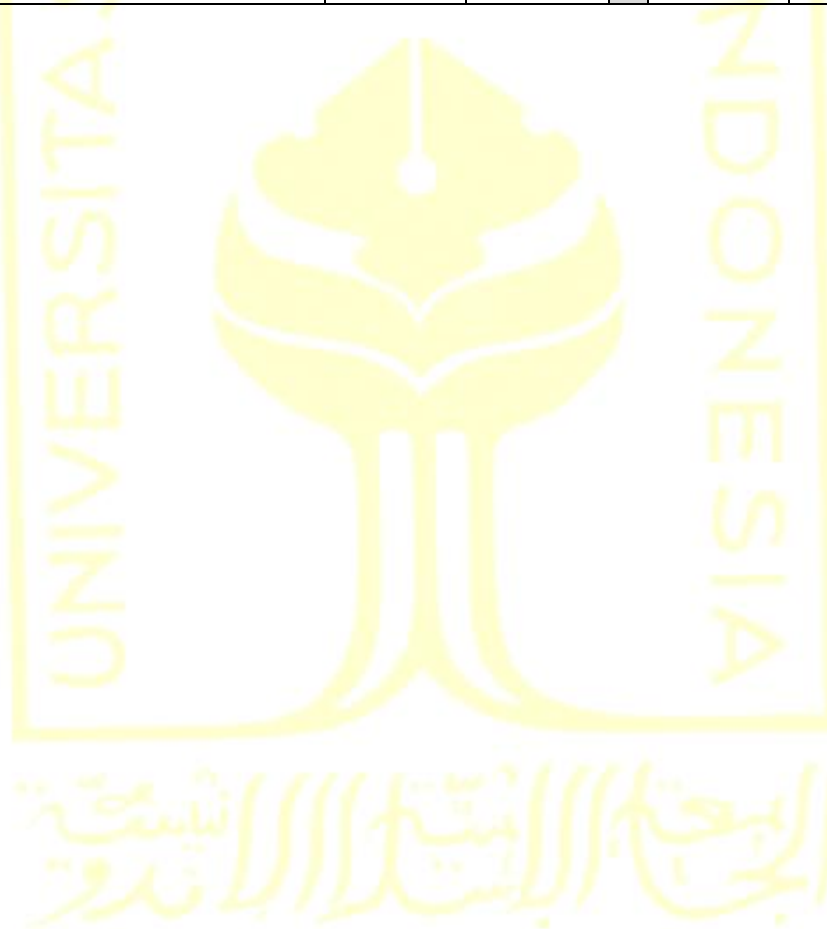
No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	1.62655	0.53571		1.43812	1.03836
34	Catur Sentosa Adiprana	1.07345	1.12865		1.25755	1.15910
35	Electronic City Indonesia	0.55567	0.85990		1.02873	0.91808
36	Erajaya Swasembada	1.71835	1.48222		1.31333	1.32402
37	Global Teleshop	1.41477	1.39929		0.15891	0.13143
38	Golden Retailindo	5.80722	9.03609		0.71412	0.64812
39	Tiphone Mobile Indonesia	1.40331	1.80114		1.61578	1.52494
40	Trikomsel Oke	1.69804	2.58692		0.54456	0.29871
41	Ekasari Lorena Transport	0.24193	0.60673		0.99374	1.39355
42	Panorama Transportasi	0.92717	0.97409		0.33716	0.42642



Lampiran 5
**Perhitungan *Debt Ratio* Perusahaan Sampel
Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017**

No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
1	Bank BCA	0.95214	0.85541		0.82832	0.81957
2	Bank BNI	0.85206	0.81894		0.81704	0.82343
3	Bank BRI	0.87332	0.87813		0.85372	0.85141
4	Bank CIMB Niaga	0.88172	0.87799		0.85840	0.86125
5	Bank Mandiri	0.81399	0.81519		0.79383	0.78957
6	Bank Artha Graha International	0.87693	0.88406		0.83518	0.83742
7	Bank BRI Syariah	2.58867	2.75698		2.69599	2.56804
8	Bank Bumi Artha	0.86051	0.88320		0.81791	0.80572
9	Bank Capital Indonesia	0.87306	0.89497		0.90744	0.91386
10	Bank Ganesha	0.89625	0.90180		0.74790	0.75592
11	Bank MNC International	0.90645	0.86908		0.85752	0.88301
12	Bank Nationalnobu	0.73992	0.79724		0.85190	0.87367
13	Bank Nusantara Parahyangan	0.89461	0.87981		0.84460	0.84991
14	Bank of India Indonesia	0.64129	0.76329		0.74264	0.75013
15	Bank Agris	0.85176	0.88502		0.85899	0.85507
16	Bank Dinar Indonesia	0.67993	0.74473		0.80700	0.81930
17	Bank Maspion Indonesia	0.84725	0.86619		0.79721	0.80806
18	Adi Sarana Armada	0.62021	0.66601		0.70175	0.70194
19	Blue Bird	0.76809	0.34299		0.36133	0.24332
20	Express Transindo Utama	0.62698	0.70560		0.71191	0.87736
21	Zebra Nusantara	0.95272	0.38322		1.75554	2.38114
22	Ace Hardware Indonesia	0.63069	0.62836		0.53131	0.52348
23	Matahari Department Store	1.26605	0.94790		0.61817	0.57107
24	Matahari Putra Prima	0.49921	0.51115		0.63745	0.78365
25	Mitra Adiperkasa	0.77824	0.61942		0.70014	0.62869
26	Midi Utama Indonesia	0.76252	0.75992		0.78994	0.81081
27	Ramayana Lestari Sentosa	0.26524	0.26242		0.28182	0.28569
28	Sumber Alfaria Trijaya	0.76261	0.78565		0.72812	0.76029
29	Indoritel Makmur Internasional	0.00036	0.00032		0.01268	0.22286
30	HERO Supermarket	0.30970	0.34257		0.27104	0.29395
31	Duta Intidaya	1.48017	0.80301		0.50039	0.56175
32	supra boga lestari	0.44231	0.47988		0.40225	0.42713

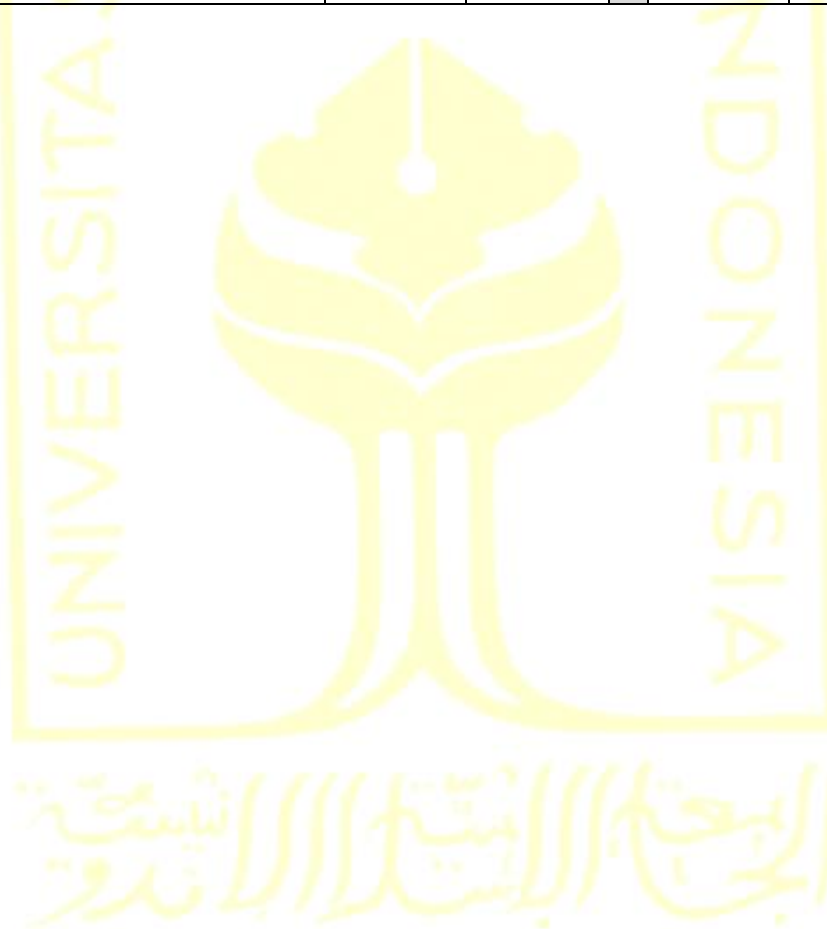
No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	0.12066	0.25735		0.21102	0.03397
34	Catur Sentosa Adiprana	0.76934	0.75252		0.66710	0.70315
35	Electronic City Indonesia	1.66793	1.12826		0.81782	0.97196
36	Erajaya Swasembada	0.44951	0.50758		0.54083	0.58230
37	Global Teleshop	0.68143	0.69396		1.01158	1.22483
38	Golden Retailindo	0.19582	0.15092		0.44283	0.54324
39	Tiphone Mobile Indonesia	0.59868	0.50191		0.60984	0.59503
40	Trikomsel Oke	0.75382	0.73806		1.68344	1.69264
41	Ekasari Lorena Transport	0.39679	0.23758		0.18904	0.17581
42	Panorama Transportasi	0.69519	0.66047		0.66227	0.49199



Lampiran 6
**Perhitungan *Total Assets Turnover* Perusahaan Sampel
Tahun 2013 – 2014 & 2016 – 2017**

No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
1	Bank BCA	0.06926	0.07431		0.07947	0.07594
2	Bank BNI	0.07371	0.07944		0.06849	0.08663
3	Bank BRI	0.08377	0.07574		0.08448	0.06482
4	Bank CIMB Niaga	0.05821	0.05498		0.05993	0.05916
5	Bank Mandiri	0.06973	0.06608		0.07102	0.06947
6	Bank Artha Graha International	0.96781	0.44644		0.71721	0.91786
7	Bank BRI Syariah	1.07789	1.05197		0.99763	0.94014
8	Bank Bumi Artha	0.05734	0.04775		0.11423	0.09454
9	Bank Capital Indonesia	1.04592	0.90070		0.16606	0.13773
10	Bank Ganesha	0.56508	0.46028		1.12280	1.22427
11	Bank MNC International	0.05879	0.03414		0.14661	0.19366
12	Bank Nationalnobu	0.04087	0.05682		0.09464	0.08601
13	Bank Nusantara Parahyangan	0.04919	0.05067		0.17766	0.16598
14	Bank of India Indonesia	0.63350	0.36227		1.54130	1.27959
15	Bank Agris	0.03221	0.02268		0.15291	0.15131
16	Bank Dinar Indonesia	0.03977	0.02535		0.13825	0.13067
17	Bank Maspion Indonesia	0.04326	0.03837		0.15160	0.12876
18	Adi Sarana Armada	1.00751	0.78031		1.16081	1.13710
19	Blue Bird	2.23815	1.14949		0.65694	0.64511
20	Express Transindo Utama	0.32143	0.29544		0.24175	0.15160
21	Zebra Nusantara	0.35122	0.38976		1.15039	2.91513
22	Ace Hardware Indonesia	1.55322	1.52415		1.30901	1.34089
23	Matahari Department Store	2.29983	2.32532		2.03690	1.84691
24	Matahari Putra Prima	1.81058	2.33220		2.01848	2.31484
25	Mitra Adiperkasa	1.24665	1.36103		1.32444	1.42715
26	Midi Utama Indonesia	4.20967	4.13878		4.46155	4.49625
27	Ramayana Lestari Sentosa	1.37050	1.28689		1.26039	1.14939
28	Sumber Alfaria Trijaya	3.18393	2.96630		2.88107	2.80639
29	Indoritel Makmur Internasional	0.00125	0.00025		0.00272	0.00517
30	HERO Supermarket	1.53389	1.63508		1.82688	1.77012
31	Duta Intidaya	1.26409	1.02762		3.02432	3.25591
32	supra boga lestari	0.06021	0.02021		1.42992	6.14838

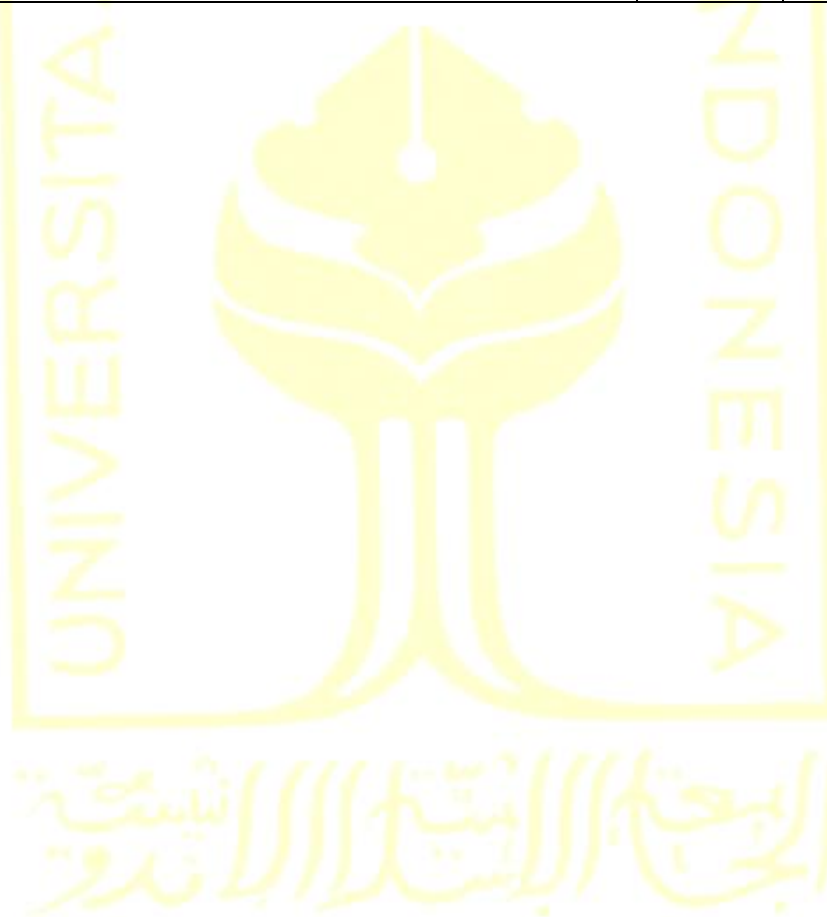
No	Perusahaan Sampel	2013	2014		2016	2017
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	0.01489	0.01753		0.00825	0.00093
34	Catur Sentosa Adiprana	0.26234	0.27416		0.52212	0.52448
35	Electronic City Indonesia	0.20013	0.21288		0.33346	0.32738
36	Erajaya Swasembada	0.08857	0.07749		0.05485	0.05419
37	Global Teleshop	0.10415	0.04993		1.69391	2.20197
38	Golden Retailindo	0.06880	0.03034		0.22687	0.29626
39	Tiphone Mobile Indonesia	1.06933	0.85795		0.65878	0.63717
40	Trikomsel Oke	0.06065	0.03560		0.87027	1.03660
41	Ekasari Lorena Transport	0.64387	0.39564		0.95858	1.00790
42	Panorama Transportasi	0.45944	0.50239		1.13541	1.33817



Lampiran 7
**Perhitungan Rata-Rata *Return Of Assets* Sebelum Dan Sesudah
 Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi *Online***

No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
1	Bank BCA	2015	0.02931	0.03078
2	Bank BNI	2015	0.02471	0.01917
3	Bank BRI	2015	0.03217	0.02596
4	Bank CIMB Niaga	2015	0.02584	0.01799
5	Bank Mandiri	2015	0.02492	0.02046
6	Bank Artha Graha International	2015	0.04511	0.05425
7	Bank BRI Syariah	2015	0.05340	0.04676
8	Bank Bumi Artha	2015	0.01197	0.01191
9	Bank Capital Indonesia	2015	0.08983	0.04958
10	Bank Ganesha	2015	0.49124	0.76079
11	Bank MNC International	2015	-0.03393	0.00614
12	Bank Nationalnobu	2015	0.03237	0.03273
13	Bank Nusantara Parahyangan	2015	0.01369	0.02239
14	Bank of India Indonesia	2015	-0.08720	-0.07280
15	Bank Agris	2015	0.08101	0.03028
16	Bank Dinar Indonesia	2015	0.05380	0.05292
17	Bank Maspion Indonesia	2015	0.08573	0.06409
18	Adi Sarana Armada	2015	0.05431	0.03646
19	Blue Bird	2015	0.14929	0.06666
20	Express Transindo Utama	2015	0.05038	-0.12198
21	Zebra Nusantara	2015	-0.22286	-0.56311
22	Ace Hardware Indonesia	2015	0.19457	0.17524
23	Matahari Department Store	2015	0.22776	0.38353
24	Matahari Putra Prima	2015	0.08135	-0.11169
25	Mitra Adiperkasa	2015	0.02542	0.02508
26	Midi Utama Indonesia	2015	0.04283	0.03354
27	Ramayana Lestari Sentosa	2015	0.08358	0.08551
28	Sumber Alfaria Trijaya	2015	0.04670	0.02010
29	Indoritel Makmur Internasional	2015	0.39289	0.31714
30	HERO Supermarket	2015	0.04589	-0.02105
31	Duta Intidaya	2015	-0.04654	-0.06775
32	supra boga lestari	2015	0.02939	0.05086
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	2015	-0.04150	-0.01266

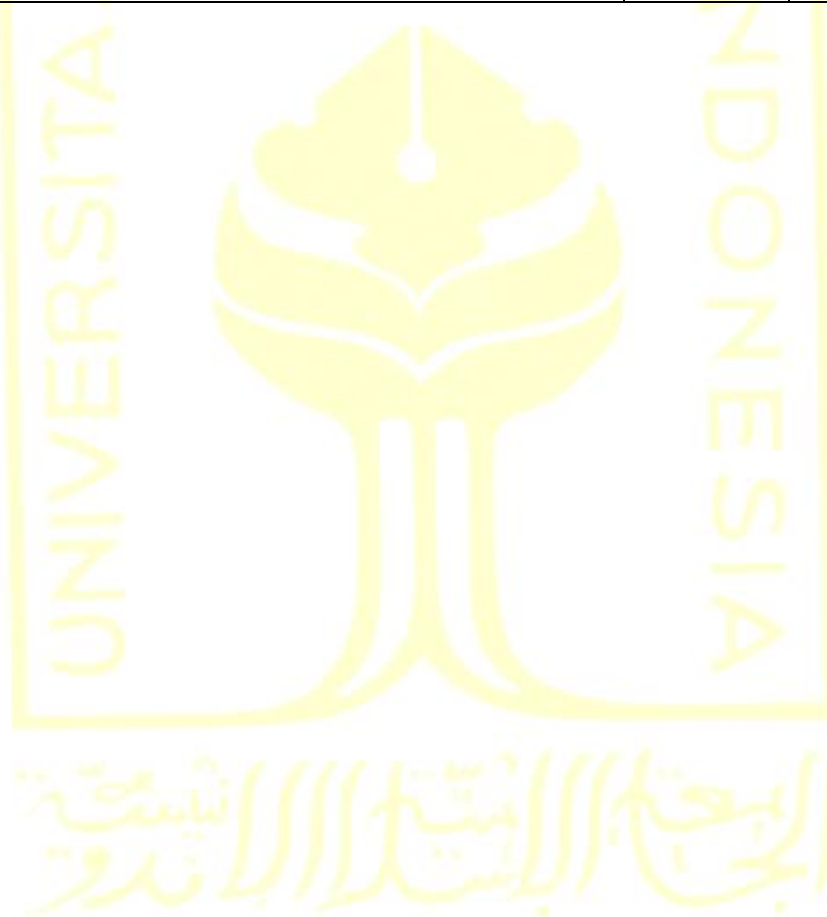
No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
34	Catur Sentosa Adiprana	2015	0.06519	0.01746
35	Electronic City Indonesia	2015	0.08343	0.01722
36	Erajaya Swasembada	2015	0.05208	0.03719
37	Global Teleshop	2015	0.06361	-0.91273
38	Golden Retailindo	2015	0.05006	-0.00720
39	Tiphone Mobile Indonesia	2015	0.11797	0.05243
40	Trikomsel Oke	2015	0.04937	-0.94392
41	Ekasari Lorena Transport	2015	0.00941	-0.12099
42	Panorama Transportasi	2015	0.05595	0.04387
RATA-RATA			0.05431	-0.01507



Lampiran 8
**Perhitungan Rata-Rata *Current Ratio* Sebelum Dan Sesudah
 Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi *Online***

No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
1	Bank BCA	2015	0.81482	0.73235
2	Bank BNI	2015	1.24797	1.24936
3	Bank BRI	2015	1.07821	1.03421
4	Bank CIMB Niaga	2015	1.20344	1.13212
5	Bank Mandiri	2015	1.23721	1.19725
6	Bank Artha Graha International	2015	1.38709	-0.32887
7	Bank BRI Syariah	2015	0.37990	0.42389
8	Bank Bumi Artha	2015	1.31288	1.11009
9	Bank Capital Indonesia	2015	0.72994	1.12537
10	Bank Ganesha	2015	1.17566	1.51330
11	Bank MNC International	2015	0.66720	1.12240
12	Bank Nationalnobu	2015	0.85260	1.15342
13	Bank Nusantara Parahyangan	2015	1.12966	1.18535
14	Bank of India Indonesia	2015	1.52473	0.95255
15	Bank Agris	2015	1.13819	1.15451
16	Bank Dinar Indonesia	2015	1.31244	1.11349
17	Bank Maspion Indonesia	2015	1.14179	1.11587
18	Adi Sarana Armada	2015	0.44524	0.45897
19	Blue Bird	2015	1.11197	1.42642
20	Express Transindo Utama	2015	1.17425	3.77203
21	Zebra Nusantara	2015	0.51077	0.17100
22	Ace Hardware Indonesia	2015	1.38816	1.57244
23	Matahari Department Store	2015	0.87089	1.14401
24	Matahari Putra Prima	2015	1.39603	0.93592
25	Mitra Adiperkasa	2015	1.23051	1.53586
26	Midi Utama Indonesia	2015	0.84745	0.74376
27	Ramayana Lestari Sentosa	2015	2.62511	2.87781
28	Sumber Alfaria Trijaya	2015	0.86763	0.89013
29	Indoritel Makmur Internasional	2015	2.01662	0.73250
30	HERO Supermarket	2015	1.39600	1.35041
31	Duta Intidaya	2015	1.86425	1.66445
32	supra boga lestari	2015	1.45335	1.59677
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	2015	1.08113	1.23824

No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
34	Catur Sentosa Adiprana	2015	1.10105	1.20832
35	Electronic City Indonesia	2015	0.70778	0.97341
36	Erajaya Swasembada	2015	1.60029	1.31867
37	Global Teleshop	2015	1.40703	0.14517
38	Golden Retailindo	2015	7.42166	0.68112
39	Tiphone Mobile Indonesia	2015	1.60222	1.57036
40	Trikonsel Oke	2015	2.14248	0.42163
41	Ekasari Lorena Transport	2015	0.42433	1.19365
42	Panorama Transportasi	2015	0.95063	0.38179
RATA-RATA			1.33263	1.11885

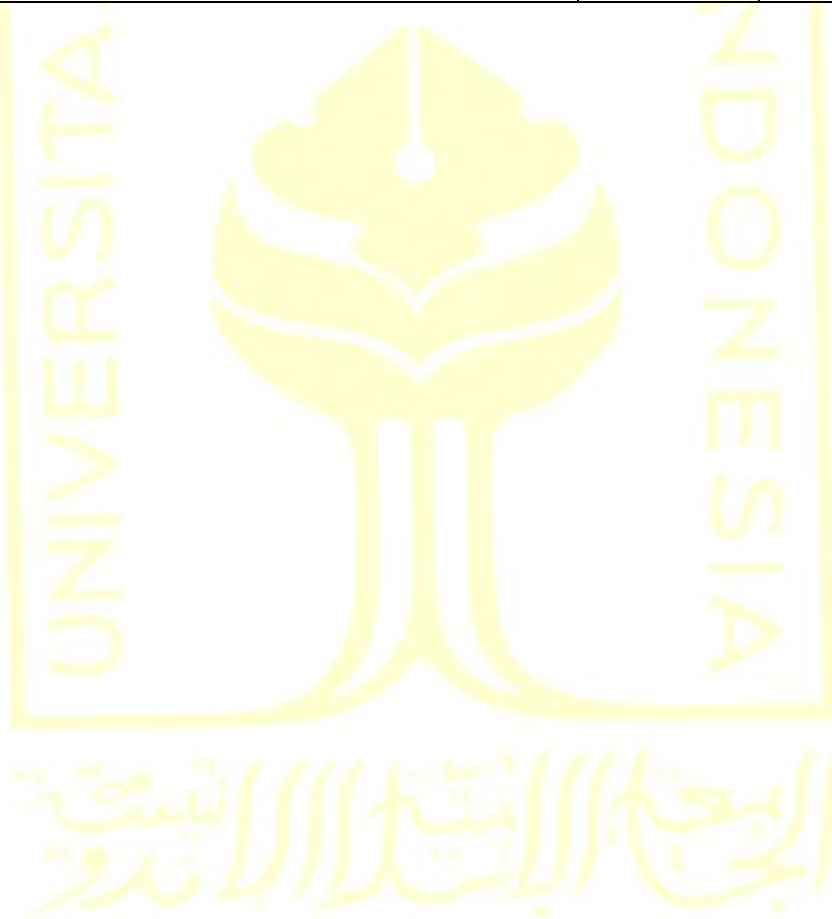


Lampiran 9

**Perhitungan Rata-Rata *Debt Ratio* Sebelum Dan Sesudah
Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi *Online***

No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
1	Bank BCA	2015	0.86181	0.82395
2	Bank BNI	2015	0.83550	0.82024
3	Bank BRI	2015	0.87572	0.85257
4	Bank CIMB Niaga	2015	0.87986	0.85982
5	Bank Mandiri	2015	0.81459	0.79170
6	Bank Artha Graha International	2015	0.88050	0.83630
7	Bank BRI Syariah	2015	2.67282	2.63201
8	Bank Bumi Artha	2015	0.87186	0.81182
9	Bank Capital Indonesia	2015	0.88402	0.91065
10	Bank Ganesha	2015	0.85813	0.75191
11	Bank MNC International	2015	0.88777	0.87026
12	Bank Nationalnobu	2015	0.76858	0.86279
13	Bank Nusantara Parahyangan	2015	0.88721	0.84725
14	Bank of India Indonesia	2015	0.70229	0.74639
15	Bank Agris	2015	0.86839	0.85703
16	Bank Dinar Indonesia	2015	0.71233	0.81315
17	Bank Maspion Indonesia	2015	0.85672	0.80263
18	Adi Sarana Armada	2015	0.64311	0.70185
19	Blue Bird	2015	0.55554	0.30232
20	Express Transindo Utama	2015	0.66629	0.79464
21	Zebra Nusantara	2015	0.66797	2.06834
22	Ace Hardware Indonesia	2015	0.62952	0.52740
23	Matahari Department Store	2015	1.10698	0.59462
24	Matahari Putra Prima	2015	0.50518	0.71055
25	Mitra Adiperkasa	2015	0.69883	0.66441
26	Midi Utama Indonesia	2015	0.76122	0.80038
27	Ramayana Lestari Sentosa	2015	0.26383	0.28375
28	Sumber Alfaria Trijaya	2015	0.77413	0.74420
29	Indoritel Makmur Internasional	2015	0.34102	0.26024
30	HERO Supermarket	2015	0.32613	0.28249
31	Duta Intidaya	2015	1.14159	0.53107
32	supra boga lestari	2015	0.46109	0.41469
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	2015	0.18901	0.12249

No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
34	Catur Sentosa Adiprana	2015	0.76093	0.68513
35	Electronic City Indonesia	2015	1.39810	0.89489
36	Erajaya Swasembada	2015	0.47854	0.56156
37	Global Teleshop	2015	0.68769	1.11820
38	Golden Retailindo	2015	0.17337	0.49303
39	Tiphone Mobile Indonesia	2015	0.55029	0.60244
40	Trikonsel Oke	2015	0.74594	1.68804
41	Ekasari Lorena Transport	2015	0.31718	0.18243
42	Panorama Transportasi	2015	0.67783	0.57713
RATA-RATA			0.75332	0.77373

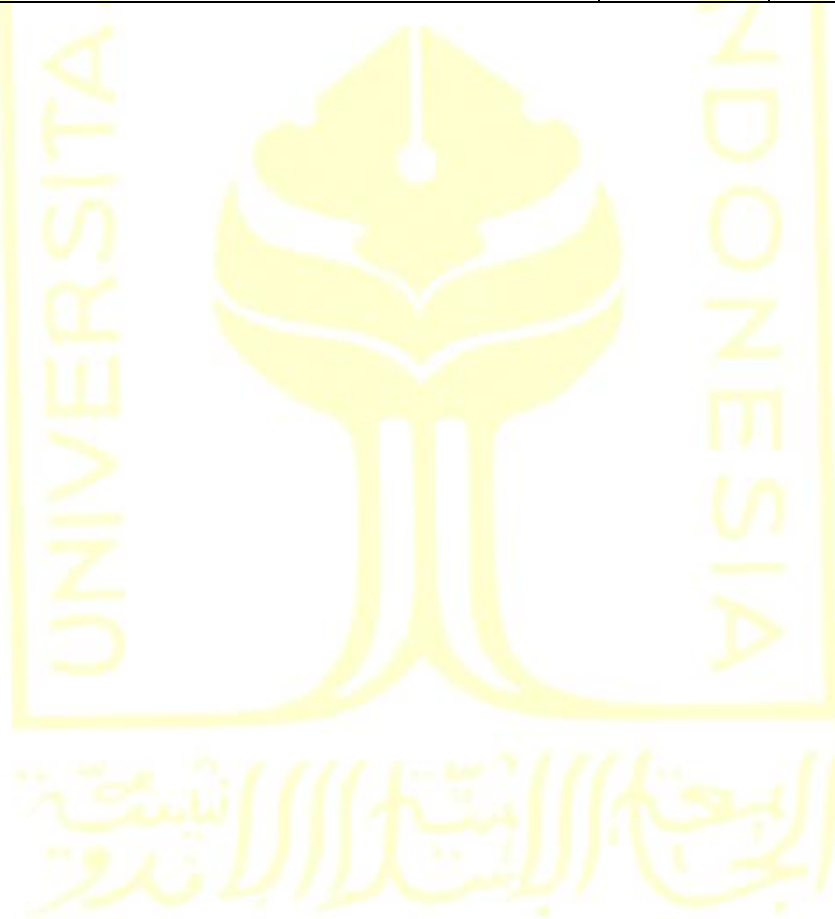


Lampiran 10

Perhitungan Rata-Rata *Total Assets Turnover* Sebelum Dan Sesudah Beroperasinya Perusahaan Digital Berbasis Aplikasi *Online*

No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
1	Bank BCA	2015	0.07178	0.07771
2	Bank BNI	2015	0.07657	0.07756
3	Bank BRI	2015	0.07976	0.07465
4	Bank CIMB Niaga	2015	0.05660	0.05955
5	Bank Mandiri	2015	0.06791	0.07024
6	Bank Artha Graha International	2015	0.70712	0.81753
7	Bank BRI Syariah	2015	1.06493	0.96889
8	Bank Bumi Artha	2015	0.05254	0.10439
9	Bank Capital Indonesia	2015	0.97331	0.15189
10	Bank Ganesha	2015	0.48690	1.17353
11	Bank MNC International	2015	0.04646	0.17013
12	Bank Nationalnobu	2015	0.04884	0.09033
13	Bank Nusantara Parahyangan	2015	0.04993	0.17182
14	Bank of India Indonesia	2015	0.49788	1.41045
15	Bank Agris	2015	0.02744	0.15211
16	Bank Dinar Indonesia	2015	0.03256	0.13446
17	Bank Maspion Indonesia	2015	0.04081	0.14018
18	Adi Sarana Armada	2015	0.89391	1.14896
19	Blue Bird	2015	1.69382	0.65103
20	Express Transindo Utama	2015	0.30844	0.19667
21	Zebra Nusantara	2015	0.37049	2.03276
22	Ace Hardware Indonesia	2015	1.53868	1.32495
23	Matahari Department Store	2015	2.31257	1.94190
24	Matahari Putra Prima	2015	2.07139	2.16666
25	Mitra Adiperkasa	2015	1.30384	1.37580
26	Midi Utama Indonesia	2015	4.17423	4.47890
27	Ramayana Lestari Sentosa	2015	1.32869	1.20489
28	Sumber Alfaria Trijaya	2015	3.07511	2.84373
29	Indoritel Makmur Internasional	2015	0.00754	0.03945
30	HERO Supermarket	2015	1.58448	1.79850
31	Duta Intidaya	2015	0.11459	0.31401
32	supra boga lestari	2015	0.00402	0.00483
33	Centratama Telekomunikasi Indonesia	2015	0.01621	0.00459

No	Perusahaan Sampel	Period Event	Sebelum	Sesudah
34	Catur Sentosa Adiprana	2015	0.26825	0.52330
35	Electronic City Indonesia	2015	0.20651	0.33042
36	Erajaya Swasembada	2015	0.08303	0.05452
37	Global Teleshop	2015	0.07704	1.94794
38	Golden Retailindo	2015	0.04957	0.26156
39	Tiphone Mobile Indonesia	2015	0.96364	0.64797
40	Trikonsel Oke	2015	0.04812	0.95344
41	Ekasari Lorena Transport	2015	0.51976	0.98324
42	Panorama Transportasi	2015	0.48091	1.23679
RATA-RATA			0.66372	0.81696

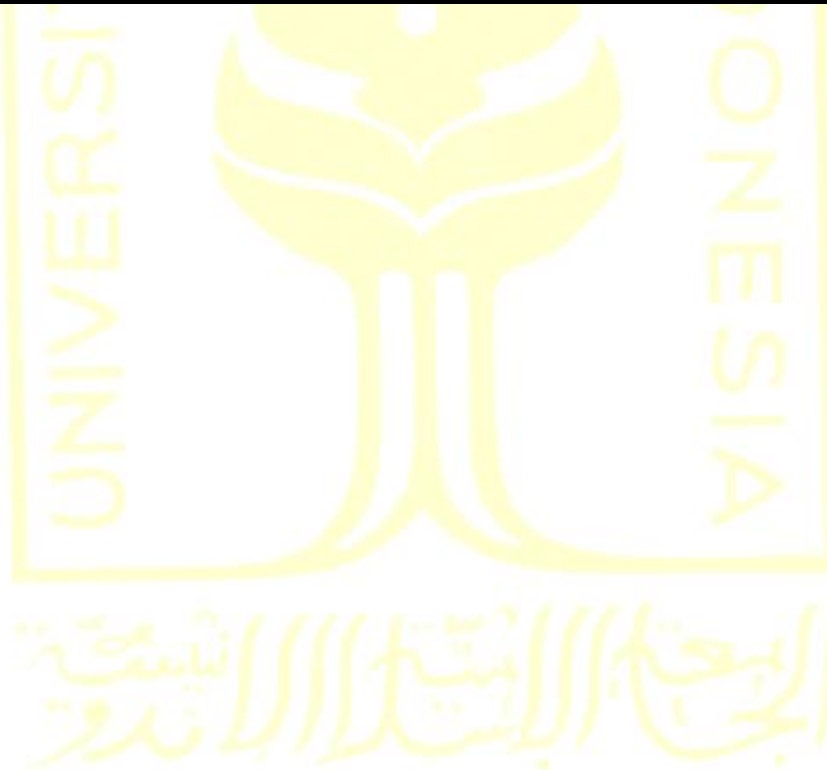


Lampiran 11

Data Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA Sebelum	42	-.2229	.49124	.05431	.098157
ROA Sesudah	42	-.9439	.76079	-.01507	.265319
CR Sebelum	42	.3799	7.42166	1.33263	1.065072
CR Sesudah	42	-.3289	3.77203	1.11885	.668242
DR Sebelum	42	.1734	2.67282	.75332	.393479
DR Sesudah	42	.1225	2.63201	.77373	.453142
TATO Sebelum	42	.0040	4.17423	.66372	.923168
TATO Sesudah	42	.0046	4.47890	.81696	.939203
Valid N (listwise)	42				



Lampiran 12

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		ROA	ROA	CR	CR	DR	DR	TATO	TATO
		Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
N		42	42	42	42	42	42	42	42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.05431	-0.01507	1.33263	1.11885	0.75332	0.77373	0.66372	0.81696
	Std. Deviation	0.09963	0.26532	1.06507	0.66824	0.39348	0.45314	0.92317	0.93920
Most Extreme Differences	Absolute	0.240	0.301	0.281	0.166	0.271	0.286	0.237	0.198
	Positive	0.240	0.284	0.281	0.166	0.271	0.286	0.229	0.198
	Negative	-0.205	-0.301	-0.186	-0.114	-0.115	-0.103	-0.237	-0.194
Test Statistic		0.240	0.301	0.281	0.166	0.271	0.286	0.237	0.198
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000 ^c	0.000 ^c	0.075 ^c	0.049 ^c	0.000 ^c	0.000 ^c	0.021 ^c	0.035 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Lampiran 13
Uji Hipotesis *Wilcoxon Signed Rank Test*
Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
ROA Sesudah - ROA Sebelum	Negative Ranks	31 ^a	22.48	697.00
	Positive Ranks	11 ^b	18.73	206.00
	Ties	0 ^c		
	Total	42		
CR Sesudah - CR Sebelum	Negative Ranks	21 ^d	23.29	489.00
	Positive Ranks	21 ^e	19.71	414.00
	Ties	0 ^f		
	Total	42		
DR Sesudah - DR Sebelum	Negative Ranks	27 ^g	19.22	519.00
	Positive Ranks	15 ^h	25.60	384.00
	Ties	0 ⁱ		
	Total	42		
TATO Sesudah - TATO Sebelum	Negative Ranks	12 ^j	22.42	269.00
	Positive Ranks	30 ^k	21.13	634.00
	Ties	0 ^l		
	Total	42		

- a. ROA Sesudah < ROA Sebelum
- b. ROA Sesudah > ROA Sebelum
- c. ROA Sesudah = ROA Sebelum
- d. CR Sesudah < CR Sebelum
- e. CR Sesudah > CR Sebelum
- f. CR Sesudah = CR Sebelum
- g. DR Sesudah < DR Sebelum
- h. DR Sesudah > DR Sebelum
- i. DR Sesudah = DR Sebelum
- j. TATO Sesudah < TATO Sebelum
- k. TATO Sesudah > TATO Sebelum
- l. TATO Sesudah = TATO Sebelum

Test Statistics^a

	ROA Sesudah - ROA Sebelum	CR Sesudah - CR Sebelum	DR Sesudah - DR Sebelum	TATO Sesudah - TATO Sebelum
Z	-3.070 ^b	-.469 ^b	-.844 ^b	-2.282 ^c
Asymp. Sig. (2-tailed)	.002	.639	.399	.022

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on positive ranks.
- c. Based on negative ranks.

Lampiran 14
Uji Hipotesis *Paired Sample T-Test*
Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	ROA Sebelum	0.05431	42	0.09815687	0.01514593
	ROA Sesudah	-0.01507	42	0.26531855	0.04093954
Pair 2	CR Sebelum	1.33263	42	1.0650718	0.1643441
	CR Sesudah	1.11885	42	0.6682416	0.1031119
Pair 3	DR Sebelum	0.75332	42	0.3934795	0.0607152
	DR Sesudah	0.77373	42	0.4531418	0.0699213
Pair 4	TATO Sebelum	0.66372	42	0.9231676	0.1424479
	TATO Sesudah	0.81696	42	0.9392027	0.1449221

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	0.06937	0.22472	0.03467	-0.00065	0.13940	2.001	41	0.009
Pair 2	CR Sebelum - CR Sesudah	0.2138	1.23246	0.19017	-0.17027	0.59785	1.124	41	0.037
Pair 3	DR Sebelum - DR Sesudah	-0.0204	0.32214	0.04971	-0.12080	0.07997	-.411	41	0.683
Pair 4	TATO Sebelum - TATO Sesudah	-0.1533	0.51300	.079159	-0.31310	0.00663	-1.936	41	0.060