

**ANALISIS PERBANDINGAN SEBELUM DAN SESUDAH MENGGUNAKAN
TEKNOLOGI INFORMASI DALAM BIDANG E-COMMERCE
(STUDI KASUS PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK)**

Ni Kadek Adi Istriawati¹, I Putu Satwika², Ni Made Estiyanti³

Sistem Informasi Akuntansi,
STMIK Primakara Denpasar, Bali

¹*Adiistriawati160898@gmail.com*, ²*Satwika@primakara.ac.id*, ³*estiyanti@primakara.ac.id*

DOI: <https://doi.org/10.33592/jeb.v26i1.622>

ABSTRAK

Adanya kemajuan Teknologi Informasi (TI) yang mampu menghasilkan transformasi aktivitas kehidupan manusia dalam berbagai bidang, salah satunya bidang *e-commerce* dan banyak *startup-startup* yang muncul dalam bidang penjualan *online*. Hal ini mendorong salah satu perusahaan retail PT Matahari Department Store Tbk untuk memperluas bisnisnya menggunakan platform *e-commerce* untuk menjual produk eksklusifnya dengan konsep *Omni-Channel*. Perusahaan melakukan kerjasama dengan pembelian saham di PT Global Ecommerce yang merupakan induk dari perusahaan MatahariMall pada tahun 2015, tahun 2016 perusahaan meluncurkan platform digitalnya yaitu MatahariStore.com dan tahun 2018 perusahaan melakukan *rebranding* situs menjadi Matahari.com yang merupakan gabungan dari MatahariMall dengan MatahariStore.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan profitabilitas yang ditimbulkan dari penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Metode yang digunakan adalah rasio profitabilitas yaitu NPM, ROA, ROE, ROS, dan ROCE. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan dari tahun 2011 sampai tahun 2019. Tahun 2015 ditetapkan sebagai periode pisah batas karena periode tersebut perusahaan memulai menerapkan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Hasil penelitian dengan NPM dan ROA terjadi peningkatan setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce*, sedangkan ROE, ROS, dan ROCE terjadi penurunan setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce*.

Kata Kunci: *E-commerce, Analisis Perbandingan, Rasio Profitabilitas*

ABSTRACT

The progress of Information Technology (IT) which is able to produce a transformation of human life activities in various fields, one of which is e-commerce and many startups that have emerged in the field of online sales. This prompted one of the retail companies PT Matahari Department Store Tbk to expand its business using an e-commerce platform to sell its exclusive products with the Omni-Channel concept. The company cooperated with the purchase of shares in PT Global Ecommerce which is the parent of the MatahariMall company in 2015, in 2016 the company launched its digital platform namely MatahariStore.com and in 2018 the company rebranded the site to Matahari.com which is a combination of MatahariMall and MatahariStore.com. The method used is profitability ratios namely NPM, ROA, ROE, ROS, and ROCE. The data used in this study are annual financial statements from 2011 to 2019. 2015 was defined as a boundary period because the company began to apply information technology in the field of e-commerce. The results of research with NPM and ROA increased after applying Information Technology in the e-commerce field, while ROE, ROS, and ROCE decreased after applying Information Technology in the e-commerce field.

Keywords: *E-commerce, Comparative Analysis, Profitability Ratios*

A. Pendahuluan

Adanya perkembangan zaman dan kemajuan Teknologi Informasi (TI) yang terus berkembang yang mampu menghasilkan transformasi aktivitas kehidupan manusia dalam berbagai bidang, salah satunya bidang perdagangan online atau yang lebih dikenal *e-commerce*. *E-commerce* merupakan singkatan dari *electronic ecommerce*, yang didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan usaha perdagangan yang sebagian atau seluruhnya menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi [1].

Keunggulan dari *e-commerce* ini yaitu kemampuan bertransaksi kapanpun, diakses dari manapun, adanya pemotongan jalur distribusi, dapat langsung melakukan pembelian, dan adanya penghematan biaya.

Dengan perkembangan teknologi Informasi banyak *startup- startup* yang muncul dalam bidang penjualan. Hal ini mendorong salah satu perusahaan retail PT Matahari Department Store Tbk untuk memperluas bisnisnya menggunakan platform *e-commerce* untuk menjual produk eksklusifnya. Perusahaan melakukan kerjasama dengan pembelian saham di PT Global Ecommerce yang merupakan induk dari perusahaan MatahariMall pada tahun 2015, tahun 2016 perusahaan meluncurkan *platform* digitalnya yaitu MatahariStore.com dan

tahun 2018 perusahaan melakukan *rebranding* situs menjadi Matahari.com yang merupakan gabungan dari MatahariMall dengan MatahariStore.com dan konsep yang digunakan yaitu Omni-Channel, di mana konsumen memungkinkan membayar, mengambil, ataupun mengembalikan produk di semua cabang PT Matahari Department Store Tbk di seluruh Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan profitabilitas yang ditimbulkan dari penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* sebelum dan sesudah menerapkan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*.

Metode yang digunakan pada adalah rasio profitabilitas yaitu NPM, ROA, ROE, ROS, dan ROCE. Rasio profitabilitas atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dari pendapatan yang terkait dengan penjualan, aset dan ekuitas sebagai dasar pengukuran tertentu.

A. Tinjauan Pustaka

Teknologi Informasi

Teknologi Informasi (TI) merupakan perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi, manajemen basis data, proses teknologi lainnya untuk sistem informasi berbasis komputer yang digunakan untuk menyampaikan informasi lebih cepat, dengan jangkauan yang lebih

luas, dan sebagai tempat penyimpanan data [2].

Menurut *Herry*, Teknologi Informasi merupakan suatu teknologi yang dipergunakan untuk mengelola data yang meliputi pemrosesan, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan informasi yang berkualitas [3].

Perkembangan Teknologi Informasi mengacu pada suatu hal yang baru, dari kehidupan yang baru dimulai hingga berakhir. Kehidupan yang dikenal dengan *e-life*, yang artinya kehidupan ini sudah dipengaruhi oleh berbagai kebutuhan secara elektronik. Sehingga banyak istilah yang berawalan e, seperti *e-commerce*, *e-medis*, *e-government*, *e-education*, dan *e-library* [3].

E-commerce

Komputer yang terhubung dengan jaringan komunikasi dapat membuat penggunaannya saling berkomunikasi. Sebelum adanya internet dan komputer ini, komunikasi sangatlah terbatas. Dengan adanya internet, sarana komunikasi dapat digunakan oleh banyak pengguna untuk melakukan transaksi perdagangan. Yang sering disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan singkatan dari *electronic ecommerce*, yang didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan usaha perdagangan yang sebagian atau

seluruhnya menggunakan fasilitas internet sebagai media komunikasi [1].

Keunggulan dari *e-commerce* ini yaitu kemampuan bertransaksi kapanpun, diakses dari manapun, adanya pemotongan jalur distribusi, dapat langsung melakukan pembelian, dan adanya penghematan biaya [1].

E-Commerce memiliki 8 fitur unik yaitu *ubiquity*, *global reach*, *universal standards*, *social technology*, *personalization customization*, *information density*, *interactivity*, dan *richness*. Kedelapan teori terkait fitur-fitur unik yang terdapat pada e-commerce mampu meningkatkan efektifitas proses bisnis pada perusahaan, penerapan teknologi informasi terkait peluncuran situs *e-commerce* pada perusahaan dinyatakan dengan adanya kenaikan laba setelah perusahaan menggunakan teknologi informasi. Yang artinya penerapan teknologi informasi pada dapat menghasilkan manfaat positif bagi perusahaan salah satunya dalam segi keuntungan [4].

Analisis Rasio Keuangan

Analisis rasio merupakan suatu cara atau teknik analisis yang menghubungkan pos satu dengan pos lainnya dari laporan keuangan seperti neraca maupun laba rugi, untuk mengetahui kondisi keuangan dari

kinerja yang dicapai perusahaan [5]. Jenis-jenis rasio keuangan yaitu [6]:

- 1) Rasio Likuiditas
- 2) Rasio Solvabilitas
- 3) Rasio Profitabilitas
- 4) Rasio Efisiensi
- 5) Rasio Nilai Pasar

Rasio Profitabilitas

Rasio Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan mengukur tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan [6]. Jenis-jenis rasio profitabilitas yaitu :

1) Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin (NPM) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari penjualan.

Rumus yang digunakan yaitu :

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2) Return on Asset (ROA)

Return on Asset (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih dari aset yang dimiliki sekaligus mengukur tingkat pengembalian atas investasi perusahaan.

Rumus yang digunakan yaitu :

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

3) Return on Equity (ROE)

Return on Equity (ROE) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari ekuitas. Rasio ini sangat penting bagi pemegang saham untuk menentukan tingkat pengembalian atas saham perusahaan yang mereka miliki. Rumus yang digunakan yaitu :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

4) Return on Sale (ROS)

Return on Sale (ROS) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba setelah membayar biaya-biaya variabel produksi sebelum dikurangi pajak dan bunga. Rasio *Return on Sale* menunjukkan tingkat keuntungan yang didapatkan dari penjualan [7]. Rumus yang digunakan yaitu :

$$ROS = \frac{\text{EBIT}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

5) Return on Capital Employed (ROCE)

Return on Capital Employed (ROCE) digunakan untuk mengukur keuntungan perusahaan dari modal yang dipakai, rasio ini mencerminkan efisiensi dan profitabilitas modal atau investasi perusahaan. Rumus yang digunakan yaitu :

$$ROCE = \frac{\text{EBIT}}{\text{Modal Kerja}} \times 100\%$$

B. Metode Penelitian

Metode Analisis Rasio Profitabilitas

Metode analisis rasio profitabilitas atau rasio perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Dengan membandingkan rasio-rasio profitabilitas dengan beberapa periode dari tahun sebelum menerapkan teknologi informasi dalam bidang e-commerce hingga saat sudah menerapkan teknologi informasi dalam bidang e-commerce sehingga menunjukkan perkembangan apakah bermanfaat atau tidak.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan yaitu jurnal, buku-buku, dan dokumen-dokumen yang terkait metode yang digunakan.

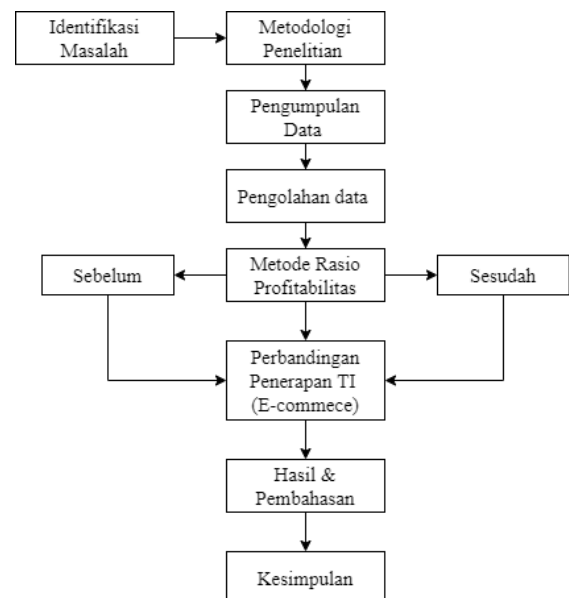
Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu hasil dari perhitungan menggunakan rasio profitabilitas.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dari tahun 2011 sampai tahun 2019.

Alur Penelitian



Gambar 3.2 Alur Penelitian

C. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan laporan keuangan tahun 2011 sampai 2019 yang digunakan untuk melakukan perhitungan menggunakan rasio profitabilitas yaitu dengan *Net Profit Margin (NPM)*, *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity Ratio (ROE)*, *Return on Sales (ROS)* dan *Return on Capital Employed (ROCE)* diperlukan beberapa data seperti tabel di bawah ini:

Dinyatakan dalam miliaran rupiah

Tahun	Laba Bersih	Penjualan	Total Aktiva
2011	465,60	9.247,20	2.422,47
2012	770,90	10.884,00	2.929,75
2013	1.150,10	12.746,20	2.936,88
2014	1.419,10	14.460,00	3.408,37
2015	1.780,70	16.019,60	3.889,29
2016	2.019,60	17.347,60	4.858,88
2017	1.907,10	17.508,90	5.427,43
2018	1.097,30	17.845,10	5.036,40
2019	1.366,90	18.029,90	4.832,90

Tabel 4.1 Laba Bersih, Penjualan, dan Total Aktiva

Dinyatakan dalam miliaran rupiah

Tahun	Ekuitas	EBIT	Liabilitas
2011	(2.702,41)	1.319,20	5.124,89
2012	(1.931,53)	1.638,50	4.861,28
2013	(781,37)	1.883,20	3.718,25
2014	177,59	2.176,10	3.230,78
2015	1.106,17	2.408,00	2.783,12
2016	1.855,24	2.599,70	3.003,64
2017	2.327,99	2.504,40	3.099,44
2018	1.815,83	2.439,80	3.220,57
2019	1.746,60	1.864,90	3.086,30

Tabel 4.2 Ekuitas, EBIT, dan Liabilitas

Berikut ini merupakan tabel hasil dan pembahasan mengenai penelitian ini sebagai berikut :

Dinyatakan dalam miliaran rupiah

Keterangan	Periode	NPM	Mean	ROA	Mean
Sebelum	2011	5,04%	7,74%	19%	31,58%
	2012	7,08%		26%	
	2013	9,02%		39%	
	2014	9,81%		42%	
Periode Penerapan	2015	11,12%		46%	
Setelah	2016	11,64%	9,07%	42%	31,69%
	2017	10,89%		35%	
	2018	6,15%		22%	
	2019	7,58%		28%	
		Selisish	1,33%	Selisish	0,11%

Tabel 4.3 NPM dan ROA

Dinyatakan dalam miliaran rupiah

Keterangan	Periode	ROE	Mean	ROS	Mean	ROCE	Mean
Sebelum	2011	-17%	148,69%	14%	14,79%	-49%	212,67%
	2012	-40%		15%		-85%	
	2013	-147%		15%		-241%	
	2014	799%		15%		1225%	
Periode Penerapan	2015	161%		15%		218%	
Setelah	2016	109%	82,37%	15%	13,33%	140%	122,21%
	2017	82%		14%		108%	
	2018	60%		14%		134%	
	2019	78%		10%		107%	
		Selisish	66,32%	Selisish	1,46%	Selisish	90,46%

Tabel 4.4 ROE, ROS, dan ROCE

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa :

- Terjadi peningkatan *Net Profit Margin* (NPM) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang e-commerce dengan selisih 1,33%. Semakin tinggi *Net Profit Margin* semakin baik operasi suatu perusahaan. Hal tersebut berdampak positif pada perusahaan karena perusahaan menghasilkan laba bersih dari penjualan atau NPM lebih besar setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang e-commerce.
- Terjadi peningkatan *Return on Asset* (ROA) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang e-commerce dengan selisih 0,11%. Jadi pada perhitungan tersebut perusahaan mendapatkan ROA lebih tinggi 0,11% setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang e-commerce.
- Terjadi penurunan *Return on Equity* (ROE) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang e-commerce dengan selisih 66,32%. Dalam hal ini perusahaan mendapatkan ROE, tetapi lebih besar sebelum menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang e-commerce, dikarenakan pada tahun 2018 terjadi kerugian atas nilai investasi yang dilakukan di PT Global Ecommerce Indonesia.
- Terjadi penurunan *Return on Sales* (ROS) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang e-commerce dengan selisih 1,46%, hal

ini menunjukkan tingkat pendapatan laba dari penjualan lebih besar sebelum menerapkan menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce*

- Terjadi penurunan *Return on Capital Employed* (ROCE) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce* dengan selisih 90,46%. Hal ini menandakan keuntungan perusahaan dari modal yang dipakai lebih besar sebelum menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce*.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas didapatkan bahwa sebelum maupun sesudah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce* NPM, ROA, ROE, ROS, dan ROCE bernilai positif, dengan NPM dan ROA terjadi peningkatan setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce*, sedangkan ROE, ROS, dan ROCE terjadi penurunan setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce*. Hal tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

- Terjadi peningkatan *Net Profit Margin* (NPM) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce* dengan selisih 1,33%.
- Terjadi peningkatan *Return on Asset* (ROA) setelah menerapkan Teknologi

Informasi dalam bidang *e-commerce* dengan selisih 0,11%

- Terjadi penurunan *Return on Equity Ratio* (ROE) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce* dengan selisih 66,32%.
- Terjadi penurunan *Return on Sales* (ROS) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce* dengan selisih 1,46%
- Terjadi penurunan *Return on Capital Employed* (ROCE) setelah menerapkan Teknologi Informasi dalam bidang *e-commerce* dengan selisih 90,46%.

E. Daftar Pustaka

- E. A. S. Eva Novianti, "Analisis Investasi Teknologi Informasi pada Grand Hyatt Hotel Jakarta : Pendekatan IE," *Seminar Nasional Teknik Elektro* , p. 267, 2018.
- H. Chiesa Utomo Sukmono, "ANALISIS PERBANDINGAN PROFITABILITAS SEBELUM DAN SESUDAH MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI (STUDI KASUS: PT. MITRA ADIPERKASA, TBK)," *SOSIOHUMANITAS*, vol. XX, p. 87, 2018.
- N. L. P. Wiagustini, *Manajemen Keuangan*, Denpasar: Udayana University Press, 2014.

- P. D. S. Sukamulja, ANALISIS LAPORAN KEUANGAN sebagai DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI, Yogyakarta: ANDI dengan BPFE, 2019.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2011," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2011.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2012," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2012.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2013," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2013.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2014," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2014.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2015," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2015.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2016," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2016.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2017," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2017.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2018.
- P. M. D. S. TBK, "Laporan Tahunan 2019," PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK, Jakarta, 2019.
- S. M. Dr. Nufransa Wira Sakti, BUKU PINTAR PAJAK E-COMMERCE : Dari Mendaftar Sampai Membayar Pajak, Jakarta: Visimedia, 2014.
- S. Hery Nuryanto, SEJARAH PERKEMBANGAN TEKNOLOGI INFORMASI dan KOMUNIKASI, Jakarta: PT Balai Pustaka (Persero), 2002.
- R. A. Kusuma, "Rasio Profitabilitas – Pengertian, Jenis, Rumus dan Contoh," DosenAkuntansi.com, 30 Desember 2017. [Online]. Available: <https://dosenakuntansi.com/rasio-profitabilitas>. [Accessed 20 Juni 2020].