

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti secara empiris mengenai perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *return on assets*, *return on equity*, dan *net profit margin* selama 2 tahun sebelum penerapan *e-commerce* dan 2 tahun sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan retail yang telah menerapkan *e-commerce* selama periode 2014 sampai dengan 2018 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel dengan mengambil data perusahaan yang ada dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia dikarenakan tidak semua perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menerapkan *e-commerce*. Dari data yang ada selama periode 2014 sampai dengan 2018 hanya ada 11 perusahaan yang masuk ke dalam kriteria sampel. Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 4.1

Prosedur Pemilihan Sampel

Kriteria	Total
Perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2018	27
Perusahaan retail yang tidak ada annual report	(5)
Perusahaan retail yang belum menerapkan <i>e-commerce</i>	(11)
Jumlah Sampel Pengamatan	11
Sampel Pengamatan dikali 2 Tahun (Sebelum & sesudah penerapan <i>e-commerce</i>)	22

Sumber : Data diolah penulis, 2020

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 sampai dengan 2018 sebanyak 27 perusahaan. Perusahaan

retail yang tidak ada annual report sebanyak 5 perusahaan. Lalu Perusahaan retail yang belum menerapkan *e-commerce* sebanyak 11 perusahaan Sehingga perusahaan yang menjadi sampel pengamatan sebanyak 11 perusahaan. Lalu sampel pengamatan dikali 2 tahun pengamatan karena dalam penelitian ini diambil sampel 2 tahun sebelum dan 2 tahun sesudah penerapan *e-commerce* dan yang menjadi titik tengah atau *cut off* dalam penelitian ini adalah tahun 2016 sebanyak 11 perusahaan. Sehingga didapat sampel pengamatan sebanyak 22 perusahaan.

4.2 Hasil Analisis

Hasil pengujian dalam penelitian ini menggunakan alat ukur analisis yang digunakan tergantung distribusi yang didapat. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Wilcoxon signed rank test* atau uji-t sampel berpasangan dengan dibantu program statistik yaitu IBM SPSS 20. SPSS merupakan metode alternatif yang paling banyak digunakan untuk analisis statistik ilmu sosial.

4.2.1 Uji Statistik Deskriptif

Informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapat dari website www.idx.co.id berupa data laporan keuangan dan annual report pada perusahaan retail dari tahun 2014 sampai dengan 2018. Variabel dalam penelitian ini yaitu profitabilitas yang terdiri dari *return on asset*, *return on equity*, *net profit margin*. Statistik deskriptif dari variabel sampel perusahaan retail pada tahun 2014 sampai dengan 2018 disajikan dalam tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2
Statistik Deskriptif Variabel – Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Return on Assets Sebelum Ecommerce	22	-9,1162	,4579	-,357545	1,9623314
Return on Assets Sesudah Ecommerce	22	-,5752	,3514	,020573	,1819797
Return on Equity Sebelum Ecommerce	22	-,7809	7,9910	,527145	1,7696485
Return on Equity Sesudah Ecommerce	22	-,3172	,8192	,130073	,2230383
Net Profit Margin Sebelum Ecommerce	22	-,4463	,1977	,003568	,1313230
Net Profit Margin Sesudah Ecommerce	22	-,0964	,1903	,032523	,0661386
Valid N (listwise)	22				

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan deskripsi secara statistik untuk semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- A. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap variabel *return on assets* sebelum penerapan *e-commerce* menunjukkan nilai maximum sebesar 0,4579 dan menunjukkan nilai minimum sebesar -9,1162 dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar -0,357545 dengan standar deviasi sebesar 1,9623314. Sedangkan Variabel *return on assets* sesudah penerapan *e-commerce* menunjukkan nilai maximum sebesar 0,3514 dan nilai minimum sebesar -0,5752 dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 0,020573 dengan standar deviasi sebesar 0,1819797. Standar deviasi *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* lebih besar dari meannya hal ini menunjukkan bahwa data variabel *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* menunjukkan cukup baik. Dengan demikian dikatakan bahwa variasi data pada variabel tersebut cukup baik.

- B. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap variabel *return on equity* sebelum penerapan *e-commerce* menunjukkan nilai maximum sebesar 7,9910 dan menunjukkan nilai minimum sebesar -0,17809 dengan nilai *mean* atau rata-rata 0,527145 dengan standar deviasi sebesar 1,7696485. Sedangkan variabel *return on equity* sesudah penerapan *e-commerce* menunjukkan nilai maximum sebesar 0,8192 dan menunjukkan nilai minimum sebesar -0,3172 dengan nilai *mean* atau rata-rata 0,130073 dengan standar deviasi sebesar 0,2230383. Standar deviasi *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* lebih besar dari meannya hal ini menunjukkan bahwa data variabel *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* menunjukkan cukup baik. Dengan demikian dikatakan bahwa variasi data pada variabel tersebut cukup baik.
- C. Hasil analisis dengan menggunakan statistik deskriptif terhadap variabel *net profit margin* sebelum penerapan *e-commerce* menunjukkan nilai maximum sebesar 0,1977 dan menunjukkan nilai minimum sebesar -0,4463 dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 0,003568 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,1313230. Sedangkan variabel *net profit margin* sesudah penerapan *e-commerce* menunjukkan nilai maximum sebesar 0,0964 dan menunjukkan nilai minimum sebesar -0,0964 dengan nilai *mean* atau rata-rata sebesar 0,032523 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,0661386. Standar deviasi *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* lebih besar dari meannya hal ini menunjukkan bahwa data variabel *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* menunjukkan cukup baik. Dengan demikian dikatakan bahwa variasi data pada variabel tersebut cukup baik.

4.2.2 Uji Normalitas

Tabel 4.3

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test							
		Return on Assets Sebelum Ecommerce	Return on Assets Sesudah Ecommerce	Return on Equity Sebelum Ecommerce	Return on Equity Sesudah Ecommerce	Net Profit Margin Sebelum Ecommerce	Net Profit Margin Sesudah Ecommerce
N		22	22	22	22	22	22
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-,357545	,020573	,527145	,130073	,003568	,032523
	Std. Deviation	1,9623314	,1819797	1,7696485	,2230383	,1313230	,0661386
Most Extreme Differences	Absolute	,471	,263	,430	,235	,321	,223
	Positive	,339	,138	,430	,235	,168	,223
	Negative	-,471	-,263	-,281	-,182	-,321	-,107
Kolmogorov-Smirnov Z		2,208	1,232	2,016	1,104	1,506	1,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000	,096	,001	,175	,021	,222

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Dari tabel 4.3 uji normalitas dengan menggunakan *one sample Kolmogrov-Smirnov test* menunjukkan hasil analisis bahwa *return on assets* sebelum *e-commerce* tidak terdistribusi secara normal dengan Asymp. Sig. (2-tailed) $0,000 < 0,05$ dan untuk *return on assets* sesudah *e-commerce* terdistribusi secara normal dengan Asymp. Sig. (2-tailed) $0,096 > 0,05$. Untuk hasil *return on equity* sebelum *e-commerce* menunjukkan hasil bahwa tidak terdistribusi secara normal dengan Asymp. Sig. (2-tailed) $0,001 < 0,05$ dan untuk *return on equity* sebelum *e-commerce* terdistribusi secara normal dengan Asymp. Sig. (2-tailed) $0,175 > 0,05$. Untuk hasil *net profit margin* sebelum *e-commerce* menunjukkan hasil bahwa hasil tidak terdistribusi secara normal dengan Asymp. Sig. (2-tailed) $0,021 < 0,05$ dan untuk *net profit margin* sesudah *e-commerce* terdistribusi secara normal dengan Asymp. Sig. (2-tailed) $0,222 > 0,05$.

Dari hasil uji normalitas diatas diperoleh hasil bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan hasil tidak terdistribusi secara normal, sehingga pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat ukur analisis *wilcoxon sign rank test*.

4.3 Pengujian Hipotesis

4.3.1 Uji Wilcoxon Sign Rank Test

Hasil dari uji *wilcoxon sign rank test* dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Wilcoxon Sign Rank Test Variabel ROA Sebelum dan Sesudah Penerapan E-commerce

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Return on Assets Sesudah Ecommerce - Return on Assets Sebelum Ecommerce	Negative Ranks	10 ^a	11,50	115,00
	Positive Ranks	12 ^b	11,50	138,00
	Ties	0 ^c		
	Total	22		

a. Return on Assets Sesudah Ecommerce < Return on Assets Sebelum Ecommerce

b. Return on Assets Sesudah Ecommerce > Return on Assets Sebelum Ecommerce

c. Return on Assets Sesudah Ecommerce = Return on Assets Sebelum Ecommerce

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Dari hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan dalam tabel 4.4 dijelaskan bahwa perbedaan tanda-tanda yaitu positif dan negative dari perbedaan antara pengamatan sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* telah dijelaskan dalam ranking. Perbedaan negative atau nilai sesudah *e-commerce*, *return on assets* lebih kecil dari sebelum penerapan *e-commerce* adalah 10, rata-rata ranking adalah 11,50 dengan jumlah ranking sebesar 115,00. Perbedaan positif atau nilai sesudah penerapan *e-commerce*, *return on assets* lebih besar dari sebelum penerapan *e-commerce* adalah 12, rata-rata ranking adalah 11,50 dengan jumlah ranking sebesar 138,00. Nilai yang tidak memiliki perbedaan atau sebelum penerapan *e-commerce* sama dengan penerapan *e-commerce* adalah 0.

Tabel 4.5
Hasil Test Statistik Return on Assets

Test Statistics ^a	
	Return on Assets Sesudah Ecommerce - Return on Assets Sebelum Ecommerce
Z	-,373 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,709

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Pada tabel 4.5 berdasarkan hasil dari perhitungan *wilcoxon sign rank* menunjukkan hasil bahwa nilai Z yang didapat sebesar -0,373 dengan nilai signifikan sebesar 0,709 > 0,05, sehingga H_0 ditolak artinya tidak terdapat perbedaan *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Dari hasil uji beda yang dilakukan pada sampel terbukti bahwa tidak terdapat perbedaan tidak secara signifikan terhadap *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Tabel 4.6
Hasil Uji Wilcoxon Sign Rank Test Variabel ROE Sebelum dan Sesudah Penerapan E-commerce

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Return on Equity Sesudah Ecommerce - Return on Equity Sebelum Ecommerce	Negative Ranks	10 ^a	12,70	127,00
	Positive Ranks	12 ^b	10,50	126,00
	Ties	0 ^c		
	Total	22		

a. Return on Equity Sesudah Ecommerce < Return on Equity Sebelum Ecommerce

b. Return on Equity Sesudah Ecommerce > Return on Equity Sebelum Ecommerce

c. Return on Equity Sesudah Ecommerce = Return on Equity Sebelum Ecommerce

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Dari hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan dalam tabel 4.6 dijelaskan bahwa perbedaan tanda-tanda yaitu positif dan negative dari perbedaan antara pengamatan sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* telah dijelaskan dalam ranking. Perbedaan negative atau nilai sesudah *e-commerce*, *return on equity* lebih kecil dari sebelum penerapan *e-commerce* adalah 10, rata-rata ranking adalah 12,70 dengan jumlah ranking sebesar 127,00. Perbedaan positif atau nilai sesudah penerapan *e-commerce*, *return on equity* lebih besar dari sebelum penerapan *e-commerce* adalah 12, rata-rata ranking adalah 10,50 dengan jumlah ranking sebesar 126,00. Nilai yang tidak memiliki perbedaan atau sebelum penerapan *e-commerce* sama dengan penerapan *e-commerce* adalah 0

Tabel 4.7
Hasil Test Statistik Return on Equity

Test Statistics ^a	
	Return on Equity Sesudah Ecommerce - Return on Equity Sebelum Ecommerce
Z	-,016 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,987

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Pada tabel 4.7 berdasarkan hasil dari perhitungan *wilcoxon sign rank* menunjukkan hasil bahwa nilai Z yang didapat sebesar -0,016 dengan nilai signifikan sebesar $0,987 > 0,05$, sehingga H_{a2} ditolak artinya tidak terdapat perbedaan *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Dari hasil uji beda yang dilakukan pada sampel terbukti bahwa tidak terdapat perbedaan tidak secara signifikan terhadap *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Tabel 4.8
Hasil Uji Wilcoxon Sign Rank Test Variabel NPM Sebelum dan Sesudah
Penerapan E-commerce

Ranks		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Net Profit Margin Sesudah Ecommerce	Negative Ranks	9 ^a	9,67	87,00
Net Profit Margin Sebelum Ecommerce	Positive Ranks	13 ^b	12,77	166,00
	Ties	0 ^c		
	Total	22		

a. Net Profit Margin Sesudah Ecommerce < Net Profit Margin Sebelum Ecommerce

b. Net Profit Margin Sesudah Ecommerce > Net Profit Margin Sebelum Ecommerce

c. Net Profit Margin Sesudah Ecommerce = Net Profit Margin Sebelum Ecommerce

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Dari hasil pengujian hipotesis yang ditunjukkan dalam tabel 4.8 dijelaskan bahwa perbedaan tanda-tanda yaitu positif dan negative dari perbedaan antara pengamatan sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* telah dijelaskan dalam ranking. Perbedaan negative atau nilai sesudah *e-commerce*, *net profit margin* lebih kecil dari sebelum penerapan *e-commerce* adalah 9, rata-rata ranking adalah 9,67 dengan jumlah ranking sebesar 87,00. Perbedaan positif atau nilai sesudah penerapan *e-commerce*, *net profit margin* lebih besar dari sebelum penerapan *e-commerce* adalah 13, rata-rata ranking adalah 12,77 dengan jumlah ranking sebesar 166,00. Nilai yang tidak memiliki perbedaan atau sebelum penerapan *e-commerce* sama dengan penerapan *e-commerce* adalah 0

Tabel 4.9
Hasil Test Statistik Net Profit Margin

Test Statistics ^a	
	Net Profit Margin Sesudah Ecommerce - Net Profit Margin Sebelum Ecommerce
Z	-1,282 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Sumber : Hasil Olah Data Melalui SPSS ver. 20, 2020

Pada tabel 4.9 berdasarkan hasil dari perhitungan *wilcoxon sign rank* menunjukkan hasil bahwa nilai Z yang didapat sebesar -1,282 dengan nilai signifikan sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya tidak terdapat perbedaan *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Dari hasil uji beda yang dilakukan pada sampel terbukti bahwa tidak terdapat wiperbedaan tidak secara signifikan terhadap *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Perbandingan *Return on Assets* (ROA) antara Periode Sebelum dan Sesudah Penerapan *E-Commerce*.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *return on assets* (ROA) antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*, menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan *return on assets* antara periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*, atau dengan kata lain uji hipotesis pertama menunjukkan H_0 diterima dan H_{a1} ditolak. Hal ini didukung dengan hasil analisis *return on assets* pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.10
Nilai Return on Assets

No	Kode	Nama Perusahaan	RETURN ON ASSETS			
			2014	2015	2017	2018
1	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA, TBK	0,1862	0,1790	0,1763	0,1835
2	DAYA	DUTA INTIDAYA, TBK	-0,1422	-0,2776	-0,0144	-0,0126
3	ERAA	ERAJAYA SWASEMBADA, TBK	0,0350	0,0295	0,0391	0,0701
4	GLOB	GLOBAL TEleshop, TBK	0,0498	-9,1162	-0,2412	-0,5752
5	HERO	HERO SUPERMARKET, TBK	0,0053	-0,0179	-0,0260	-0,1993
6	LPPF	MATAHARI DEPARTEMENT STORE, TBK	0,4164	0,4579	0,3514	0,2179
7	MAPI	MITRA ADIPERKASA, TBK	0,0084	0,0032	0,0306	0,0644
8	MIDI	MIDI UTAMA INDONESIA, TBK	0,0537	0,0435	0,0211	0,0321
9	MKNT	MITRA KOMUNIKASI NUSANTARA, TBK	0,0514	0,0330	0,0392	-0,0017
10	RALS	RAMAYANA LESTARI SENTOSA, TBK	0,0780	0,0735	0,0831	0,1120
11	RANC	SUPRA BOGA LESTARI, TBK	0,0121	-0,0280	0,0469	0,0553

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *return on assets* (ROA) pada perusahaan Ace Hardware Indonesia, Tbk menunjukkan nilai ROA sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,1862 dan tahun 2015 sebesar 0,1790. Sedangkan nilai ROA sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,1763 dan tahun 2018 sebesar 0,1835. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Ace Hardware Indonesia, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai ROA pada perusahaan Duta Intidaya, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar -0,1422 dan tahun 2015 sebesar -0,2776. Sedangkan nilai ROA sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,0144 dan tahun 2018 sebesar -0,0126. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Duta Intidaya, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai ROA pada perusahaan Erajaya Swasembada, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0350 dan tahun 2015 sebesar 0,0295. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0391 dan 2018 sebesar 0,0701. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Erajaya Swasembada, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan.

Nilai ROA pada perusahaan Global Teleshop, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0498 dan tahun 2015 sebesar -9,1162. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,2412 dan tahun 2018 sebesar -0,5752. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Global Teleshop, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai ROA pada perusahaan Hero Supermarket, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0053 dan tahun 2015 sebesar -0,0179. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,0260 dan tahun 2018 sebesar -0,1993. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Hero Supermarket, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai ROA pada perusahaan Matahari Departement Store, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,4164 dan tahun 2015 sebesar 0,4579. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,3514 dan tahun 2018 sebesar 0,2179. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Matahari Departement Store, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan cukup baik dalam mengelola aktiva perusahaannya sebelum menerapkan *e-commerce*. Sedangkan nilai *return on assets* perusahaan menurun setelah menerapkan *e-commerce*.

Nilai ROA pada perusahaan Mitra Adiperkasa, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0084 dan tahun 2015 sebesar 0,0032. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0306 tahun 2018 sebesar 0,0644. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Mitra Adiperkasa, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai ROA pada perusahaan Midi Utama Indonesia, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0537 dan tahun 2015 sebesar 0,0435. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0211 dan tahun 2018 sebesar 0,0321. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Midi Utama Indonesia, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan

kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai ROA pada perusahaan Mitra Komunikasi Nusantara, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0514 dan 2015 sebesar 0,0330. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0392 dan tahun 2018 sebesar -0,0017. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Mitra Komunikasi Nusantara, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan.

Nilai ROA pada perusahaan Ramayana Lestari Sentosa, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0780 dan tahun 2015 sebesar 0,0735. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0831 dan tahun 2018 sebesar 0,1120. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Ramayana Lestari Sentosa, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai ROA pada perusahaan Supra Boga Lestari, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0121 dan tahun 2015 sebesar -0,0280. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0469 dan tahun 2018 sebesar 0,0553. Dari nilai *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Supra Boga Lestari, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola aktiva perusahaan.

Hasil analisis *return on assets* diatas sejalan dengan teori menurut Kasmir (2002), rata-rata industri untuk *return on assets* adalah 30% atau 0,3. Perusahaan dikatakan baik jika mampu mencapai ROA diatas rata-rata industri. *Return on asset* (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Rasio ini juga dapat menilai apakah perusahaan telah efisien dalam menggunakan aktivitya dalam kegiatan operasi untuk menghasilkan keuntungan. (Yunanto, 2015)

Akan tetapi dari hasil yang telah diuji menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan yang signifikan dalam profitabilitas yang diukur dengan *return on*

assets (ROA) sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chiesa Utomo Sukmono dan Hendratno (2018). Beberapa perusahaan yang mengalami penurunan ROA disebabkan karena laba bersih dan total aset yang menurun, namun presentase penurunan laba lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam memanfaatkan aset-asetnya sehingga laba yang dihasilkan kurang maksimal. Hasil tersebut juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yunanto (2015) bahwa *Return on assets* (ROA) tidak mengalami peningkatan (lebih baik) secara signifikan atau tidak terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan profitabilitas yang diukur dengan *return on assets* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*, hal ini dikarenakan perusahaan yang membuat suatu *platform e-commerce* membutuhkan biaya operasional yang cukup besar sehingga biaya yang meningkat tersebut mempengaruhi laba bersih yang dihasilkan perusahaan. Walaupun tidak terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* banyak perusahaan yang menerapkan *e-commerce* dikarenakan perubahan tren dari pembelian secara konvensional ke pembelian secara online. Adapun tuntutan perubahan tren ini dari para *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab (Freeman, 2015). *Stakeholder* merupakan seluruh pihak yang terkait, yaitu pihak internal ataupun pihak eksternal yang mempunyai hubungan yang bersifat mempengaruhi dan bersifat langsung seperti: perusahaan pesaing, pemerintah, masyarakat, karyawan. Lingkungan internasional, dan lain-lain (Pratama, 2014).

4.4.2 Perbandingan *Return on Equity* (ROE) antara Periode Sebelum dan Sesudah Penerapan *E-Commerce*.

Berdasarkan hasil yang telah di uji seperti pada tabel menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan secara signifikan pada variabel *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*, atau dengan kata lain uji hipotesis kedua

menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_{a2} ditolak. Tidak terdapat perbedaan signifikan dalam profitabilitas yang diukur dengan *return on equity* (ROE) ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Chiesa Utomo Sukmono dan Hendratno (2018), beberapa perusahaan yang mengalami penurunan *return on equity* disebabkan karena laba bersih dan total ekuitas yang menurun namun presentase penurunan laba bersih besar. Hal ini juga didukung dengan hasil analisis *return on equity* pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.11
Nilai Return on Equity

No	Kode	Nama Perusahaan	RETURN ON EQUITY			
			2014	2015	2017	2018
1	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA, TBK	0,2324	0,2225	0,2224	0,2305
2	DAYA	DUTA INTIDAYA, TBK	-0,7220	-0,7809	-0,0144	-0,0318
3	ERAA	ERAJAYA SWASEMBADA, TBK	0,0711	0,0717	0,0937	0,1843
4	GLOB	GLOBAL TEleshop, TBK	0,1626	2,0095	0,0214	0,0303
5	HERO	HERO SUPERMARKET, TBK	0,0080	-0,0276	-0,0368	-0,3172
6	LPPF	MATAHARI DEPARTEMENT STORE, TBK	7,9910	1,6099	0,8192	0,6043
7	MAPI	MITRA ADIPERKASA, TBK	0,0281	0,0101	0,0825	0,1343
8	MIDI	MIDI UTAMA INDONESIA, TBK	0,2239	0,1910	0,1114	0,1473
9	MKNT	MITRA KOMUNIKASI NUSANTARA, TBK	0,0824	0,0359	0,1347	-0,0052
10	RALS	RAMAYANA LESTARI SENTOSA, TBK	0,1057	0,1008	0,1164	0,1534
11	RANC	SUPRA BOGA LESTARI, TBK	0,0232	-0,0521	0,0818	0,0991

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *return on equity* (ROE) pada perusahaan Ace Hardware Indonesia, Tbk menunjukkan nilai ROE sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,2324 dan tahun 2015 sebesar 0,2225. Sedangkan nilai ROE sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,2224 dan tahun 2018 sebesar 0,2305. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Ace Hardware Indonesia, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri. Nilai ROE pada perusahaan Duta Intidaya, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar -0,7220 dan tahun 2015 sebesar -0,7809. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,0144 dan tahun 2018 sebesar -0,0318. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Duta Intidaya, Tbk

menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri. Nilai ROE pada perusahaan Erajaya Swasembada, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0711 dan tahun 2015 sebesar 0,0717. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0937 dan tahun 2018 sebesar 0,1843. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Erajaya Swasembada, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri.

Nilai ROE pada perusahaan Global Teleshop, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,1626 dan tahun 2015 sebesar 2,0095. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0214 dan tahun 2018 sebesar 0,0303. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Global Teleshop, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan cukup baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri sebelum menerapkan *e-commerce* sedangkan nilai *return on equity* menurun setelah perusahaan menerapkan *e-commerce*. Nilai ROE pada perusahaan Hero Supermarket, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0080 dan tahun 2015 sebesar -0,0276. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,0368 dan tahun 2018 sebesar -0,3172. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Hero Supermarket, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri. Nilai ROE pada perusahaan Matahari Departement Store, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 7,9910 dan 2015 sebesar 1,6099. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,8192 dan tahun 2018 sebesar 0,6043. Dari nilai *return on equity* pada perusahaan Matahari Departement Store, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan cukup baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

Nilai ROE pada perusahaan Mitra Adiperkasa, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0281 dan tahun 2015 sebesar 0,0101.

Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0825 dan tahun 2018 sebesar 0,1343. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Mitra Adiperkasa, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri. Nilai ROE pada perusahaan Midi Utama Indonesia, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,2239 dan tahun 2015 sebesar 0,1910. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,1114 dan tahun 2018 sebesar 0,1473. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Midi Utama Indonesia, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri. Nilai ROE pada perusahaan Mitra Komunikasi Nusantara, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0824 dan 2015 sebesar 0,0359. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,1347 dan tahun 2018 sebesar -0,0052. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Mitra Komunikasi Nusantara, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri.

Nilai ROE pada perusahaan Ramayana Lestari Sentosa, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,1057 dan tahun 2015 sebesar 0,1008. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,1164 dan tahun 2018 sebesar 0,1534. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Ramayana Lestari Sentosa, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri. Nilai ROE pada perusahaan Supra Boga Lestari, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0232 dan tahun 2015 sebesar -0,0521. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0818 dan tahun 2018 sebesar 0,0991. Dari nilai *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Supra Boga Lestari, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam mengelola penggunaan modal sendiri.

Hasil analisis *return on equity* diatas sejalan dengan teori menurut Kasmir (2002), perusahaan dikatakan baik jika *return on equity* yang dimiliki perusahaan diatas rata-rata industri pada umumnya yakni diatas 40% atau 0,4. *Return on equity* adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri (Kamsir, 2012). *Return on equity* merupakan alat yang lazim digunakan oleh investor dan pimpinan perusahaan untuk mengukur seberapa besar keuntungan yang didapat dari modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan. Bagi investor, analisis *return on equity* menjadi penting karena dengan analisis tersebut dapat diketahui keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi yang dilakukan. Bagi perusahaan, analisis ini menjadi penting karena merupakan faktor penarik bagi investor yang melakukan investasi (Rahmalia, 2012).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya perbedaan pada *return on equity* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* ini memungkinkan bahwa, perusahaan kurang baik dalam mengelola atau memanfaatkan sumber daya atau ekuitas untuk menghasilkan laba yang maksimal. Hal ini dikarenakan perusahaan yang membuat suatu *platform e-commerce* membutuhkan biaya operasional yang cukup besar sehingga biaya yang meningkat tersebut mempengaruhi laba bersih yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu *return on equity* tidak memiliki perbedaan sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*.

4.4.3 Perbandingan *Net Profit Margin* (NPM) antara Periode Sebelum dan Sesudah Penerapan *E-Commerce*.

Berdasarkan hasil yang telah diuji seperti tabel menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan secara signifikan pada variabel *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce*, atau dengan kata lain uji hipotesis menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_{a3} ditolak. Hal ini didukung dengan hasil analisis *net profit margin* pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.12
Nilai Net Profit Margin

No	Kode	Nama Perusahaan	NET PROFIT MARGIN			
			2014	2015	2017	2018
1	ACES	ACE HARDWARE INDONESIA, TBK	0,1209	0,1233	0,1315	0,1348
2	DAYA	DUTA INTIDAYA, TBK	-0,1384	-0,1832	-0,0109	-0,0095
3	ERAA	ERAJAYA SWASEMBADA, TBK	0,0148	0,0115	0,0143	0,0256
4	GLOB	GLOBAL TEleshop, TBK	0,0228	-0,4463	-0,0236	-0,0416
5	HERO	HERO SUPERMARKET, TBK	0,0032	-0,0100	-0,0147	-0,0964
6	LPPF	MATAHARI DEPARTEMENT STORE, TBK	0,1791	0,1977	0,1903	0,1071
7	MAPI	MITRA ADIPERKASA, TBK	0,0062	0,0023	0,0215	0,0430
8	MIDI	MIDI UTAMA INDONESIA, TBK	0,0230	0,0196	0,0105	0,0149
9	MKNT	MITRA KOMUNIKASI NUSANTARA, TBK	0,0081	0,0074	0,0060	-0,0003
10	RALS	RAMAYANA LESTARI SENTOSA, TBK	0,0606	0,0607	0,0723	0,1023
11	RANC	SUPRA BOGA LESTARI, TBK	0,0057	-0,0105	0,0172	0,0212

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa nilai *net profit margin* pada perusahaan Ace Hardware Indonesia, Tbk menunjukkan nilai NPM sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,1209 dan tahun 2015 sebesar 0,1233. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,1315 dan tahun 2018 sebesar 0,1348. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Ace Hardware Indonesia, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkatan penjualan tertentu. Nilai NPM pada perusahaan Duta Intidaya, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar -0,1384 dan tahun 2015 sebesar -0,1832. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,0109 dan tahun 2018 sebesar -0,0095. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Duta Intidaya. Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkatan penjualan tertentu. Nilai NPM pada perusahaan Erajaya Swasembada, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0148 dan tahun 2015 sebesar 0,0115. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0143 dan tahun 2018 sebesar 0,0256. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Erajaya Swasembada, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu.

Nilai NPM pada perusahaan Global Teleshop, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0228 dan tahun 2015 sebesar -0,4463. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,0236 dan tahun 2018 sebesar -0,0416. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Global Teleshop, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu. Nilai NPM pada perusahaan Hero Supermarket, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0032 dan tahun 2015 sebesar -0,0100. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar -0,0147 dan tahun 2018 sebesar -0,0964. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Hero Supermarket, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu. Nilai NPM pada perusahaan Matahari Departement Store, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,1791 dan tahun 2015 sebesar 0,1977. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,1903 dan tahun 2018 sebesar 0,1071. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Matahari Departement Store, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan cukup baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu.

Nilai NPM pada perusahaan Mitra Adiperkasa, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0062 dan tahun 2015 sebesar 0,0023. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0215 dan tahun 2018 sebesar 0,0430. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Mitra Adiperkasa, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu. Nilai NPM pada perusahaan Midi Utama Indonesia, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0230 dan tahun 2015 sebesar 0,0196. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0105 dan tahun 2018 sebesar 0,0149. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Midi Utama Indonesia, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan

laba bersih dari tingkat penjualan tertentu. Nilai NPM pada perusahaan Mitra Komunikasi Nusantara, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0081 dan tahun 2015 sebesar 0,0074. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0060 dan tahun 2018 sebesar -0,0003. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Mitra Komunikasi Nusantara, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu.

Nilai NPM pada perusahaan Ramayana Lestari Sentosa, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0606 dan tahun 2015 sebesar 0,0607. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0723 dan tahun 2018 sebesar 0,1023. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Ramayana Lestari Sentosa, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu. Nilai NPM pada perusahaan Supra Boga Lestari, Tbk sebelum penerapan *e-commerce* pada tahun 2014 sebesar 0,0057 dan tahun 2015 sebesar -0,0105. Sedangkan sesudah penerapan *e-commerce* pada tahun 2017 sebesar 0,0172 dan tahun 2018 sebesar 0,0212. Dari nilai *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* pada perusahaan Supra Boga Lestari, Tbk menunjukkan bahwa perusahaan kurang baik dalam menghasilkan laba bersih dari tingkat penjualan tertentu.

Hasil analisis diatas sejalan dengan teori menurut Kasmir (2002), menyatakan bahwa perusahaan dikatakan baik jika *net profit margin* yang dimiliki oleh perusahaan diatas rata-rata indsutri pada umumnya yakni diatas 20% atau 0,2. *Net Profit Margin* merupakan rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkatan penjualan tertentu (Sudana, 2011).

Pada penelitian (Puspita, 2019) ada beberapa perusahaan yang mengalami penurunan penjualan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu salah satunya adalah PT. Matahari Putra Prima Tbk yang mengalami penurunan penjualan di

kuartal IV tahun 2017 jika dibandingkan dengan tahun 2015 dan 2016 pada kuartal yang sama. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chiesa Utomo dan Sukmono (2018). Terjadinya penurunan NPM dikarenakan penjualan dari periode sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* terjadi secara fluktuatif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya perbedaan *net profit margin* sebelum dan sesudah penerapan *e-commerce* dikarenakan pembuatan pada sistem *e-commerce* ini membuat perubahan pada sistem pemasaran dan penjualan suatu produk perusahaan. Dampak dari perubahan tersebut membuat perusahaan harus menekankan biaya operasional yang cukup besar dari pembuatan sistem *e-commerce*. Sehingga hal ini memungkinkan biaya yang ditekankan perusahaan mempengaruhi laba bersih pada saat penerapan *e-commerce*. Dan banyaknya persaingan harga dari toko-toko online lainnya yang mengakibatkan tingkat penjualan menjadi menurun.