

ANALISIS KINERJA KEUANGAN SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN E-COMMERCE PADA PERUSAHAAN RITEL YANG TERDAFTAR DI BEI

¹Prafangasta Geo Giantaka, ²Franciskus Antonius Alijoyo

¹School of Business and Information Technology STMIK LIKMI Bandung - Indonesia
1geoginantala@gmail.com, 2franciskus.antonius.alijoyo63@gmail.com

ABSTRACT

The development of information technology, especially the emergence of e-commerce, has fundamentally transformed the business paradigm worldwide, including in Indonesia. For retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX), the implementation of e-commerce is a strategic necessity to compete in an increasingly digital market. The Industry 4.0 revolution brings rapid and disruptive changes that will impact almost every industry. The introduction of e-commerce is an effort to mitigate the risk of bankruptcy for companies in the Industry 4.0 era. Before the emergence of e-commerce, retail relied on traditional business models, but with the advent of e-commerce, consumers can shop without geographical or time constraints. The use of e-commerce is increasing in Indonesia, and the value of transactions continues to rise. This phenomenon also affects the retail industry, especially during the COVID-19 pandemic, where offline sales declined, and many retail stores closed. The aim of this research is to analyze the financial performance of retail companies before and after the introduction of e-commerce on the IDX. A descriptive quantitative method is employed using secondary data from annual reports of retail companies. The analysis includes profitability, liquidity, operational efficiency, and business growth. The findings of this research provide insights to stakeholders, investors, management, and regulators, assisting retailers in optimizing e-commerce to enhance financial performance and competitiveness in an increasingly competitive market. This is expected to provide strategic guidance. Keywords: financial performance, e-commerce, retail, IDX, business.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi, khususnya munculnya e-commerce telah mengubah paradigma bisnis dunia, termasuk Indonesia. Bagi perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, penerapan e-commerce merupakan keharusan strategis untuk bersaing di pasar yang semakin digital. Revolusi Industri 4.0 membawa perubahan yang cepat dan disruptif yang akan berdampak pada hampir semua industri. Pengenalan e-commerce merupakan upaya untuk mencegah risiko kebangkrutan perusahaan di era Revolusi Industri 4.0. Sebelum munculnya e-commerce, ritel mengandalkan model bisnis tradisional, namun dengan munculnya e-commerce, konsumen dapat berbelanja tanpa batasan geografis atau waktu. Penggunaan e-commerce semakin meningkat di Indonesia dan nilai transaksinya pun terus meningkat. Fenomena ini juga berdampak pada industri ritel, terutama di masa pandemi COVID-19, dimana penjualan offline menurun dan banyak toko ritel yang tutup. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kinerja keuangan perusahaan ritel sebelum dan sesudah diperkenalkannya e-commerce di BEI. Metode deskriptif kuantitatif digunakan dengan menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan ritel. Analisisnya meliputi profitabilitas, likuiditas, efisiensi operasional, dan pertumbuhan bisnis. Temuan penelitian ini memberikan wawasan kepada pemangku kepentingan, investor, manajemen, dan regulator, serta membantu pengecer mengoptimalkan e-commerce untuk meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Hal ini diharapkan dapat memberikan panduan strategis.

Kata kunci :kinerja keuangan e-commerce, ritel, BEI, bisnis

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi, terutama dengan munculnya e-commerce, telah mengubah secara fundamental paradigma bisnis di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Bagi perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, adopsi e-commerce bukan sekadar menjadi pilihan, melainkan kebutuhan strategis untuk tetap bersaing di pasar yang semakin global dan digital.

Revolusi industri 4.0 menghasilkan perubahan yang super cepat, eksponensial, dan disruptif. Industri-industri lama “dirusak” (creativestruction) sehingga menghasilkan industri-industri baru dengan pemain yang baru, model bisnis baru, serta value proposition baru. Hampir semua bidang atau sektor industri akan secara langsung maupun tidak langsung terkena imbas dari revolusi industri 4.0 ini, mulai dari faktor-faktor produksi hingga ke strategi distribusi dan pemasaran. Menurut (Alijoyo & Munawar, 2021) Untuk meningkatkan efektivitas dan mencapai tingkat kematangan yang lebih tinggi, organisasi harus memahami faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kematangan yang lebih tinggi ketika menerapkan manajemen risiko organisasi. Secara umum faktor yang mempengaruhi dapat dibedakan menjadi dua golongan, yaitu faktor yang timbul dari faktor internal dan faktor yang timbul dari faktor eksternal. Penerapan e-commerce salah satu Upaya perusahaan dalam mencegah adanya resiko kebangkrutan perusahaan yang diakibatkan tidak update dalam kemajuan teknologi yang terdapat di revolusi industry 4.0.

Sebelum adanya e-commerce, perusahaan-perusahaan ritel cenderung mengandalkan model bisnis tradisional, seperti toko fisik dan saluran distribusi konvensional. Namun, dengan munculnya e-commerce, konsumen tidak lagi terbatas pada batasan geografis atau waktu, memungkinkan perusahaan ritel untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan pengalaman belanja.

Sampai saat ini penggunaan e-commerce semakin melekat pada kehidupan masyarakat. Seperti yang dipaparkan oleh Asisten II Setdaprov Riau, M.Job Kurniawan, dalam wawancaranya mengatakan bahwa pertumbuhan e-commerce di Indonesia terpantau terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data Asosiasi E-Commerce Indonesia, nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada 2022 mencapai Rp476 triliun. Nilai ini diprediksi bisa tumbuh lagi sebesar 20 persen hingga mencapai Rp572 triliun pada 2023 (MC PROV RIAU, 2023). Perkembangan di era digital saat ini isangat mempengaruhi industri ritel di Indonesia. Munculnya fenomena belanja online di masyarakat serta ketatnya persaingan membuat pertumbuhan penjualan emiten ritel mengalami tren penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Sehingga terjadi fenomena penutupan gerai-gerai retail dalam beberapa tahun terakhir oleh perusahaan retail. Beberapa perusahaan melakukan penutupan gerai demi efisiensi atau mengubah model bisnisnya agar mampu mengikuti keinginan masyarakat.

Data Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) menunjukkan, pada saat terjadi pandemic covid-19 hampir 1.300 toko ritel tutup (Andrean W. Finaka, 2021). Padahal, ritel-ritel yang tutup justru di dominasi oleh masyarakat yang menengah ke bawah, pelaku UMKM dan sektor informal. Sehingga hal tersebut mengakibatkan adanya daya konsumsi yang melemah dan rendah.

Selain itu, di ketahui bahwa rata-rata laba bersih perusahaan sub sektor perdagangan ritel selama periode tahun 2014-2018 mengalami fluktuasi. Penurunan laba bersih yang cukup besar terjadi pada tahun 2014 ke tahun 2015 sebesar 52,72 milyar atau menurun sebesar 30,26%. Sedangkan peningkatan laba bersih yang cukup besar terjadi pada tahun 2017 ke tahun 2018 sebesar 74,94 milyar atau meningkat sebesar 60,29%. Fenomena ini erat kaitannya dengan kondisi keuangan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan analisis laporan keuangan. Analisis dalam laporan keuangan akan memberikan makna yang lebih kompleks sehingga perusahaan mampu menilai baik buruknya kinerja keuangan yang ada didalam perusahaanya. Dalam menilai kinerja keuangan perusahaan diperlukan beberapa tolak ukur. Tolak ukur yang sering di pakai adalah rasio keuangan atau indeks yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya (Suryani & Nasri, 2020).

Dengan munculnya peluang ini, banyak perusahaan ritel tradisional (offline) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2016 merespon peningkatan penjualan berbasis online. Dalam proses bisnis yang hanya berfokus pada gerai tradisional, peritel kini mulai mencari gerai online untuk mempertahankan eksistensinya di era digital dan meningkatkan kinerja keuangannya. Munculnya e-commerce harus memberi perusahaan peluang ekspansi untuk meningkatkan pangsa pasar dan penjualan. Perusahaan yang menggunakan e-commerce dapat mengembangkan aliran pendapatan baru dan lebih menjanjikan yang tidak ditemukan dalam sistem perdagangan tradisional, meningkatkan pangsa pasar, mengurangi biaya operasi, meningkatkan pengaruh global, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mengelola pemasok (Siburian & Anggrainie, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kinerja keuangan sebelum dan sesudah penerapan e-commerce pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan memanfaatkan data keuangan yang tersedia sebelum dan sesudah implementasi e-commerce, penelitian ini akan menggali perbedaan dalam berbagai aspek kinerja keuangan, seperti profitabilitas, likuiditas, efisiensi operasional, dan pertumbuhan perusahaan.

Pemahaman tentang perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah penerapan e-commerce diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan, termasuk investor, manajemen perusahaan, dan regulator. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan arahan strategis bagi perusahaan ritel dalam mengoptimalkan penerapan teknologi e-commerce untuk meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan beberapa uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas judul penelitian dari perspektif kinerja keuangan perusahaan sub sektor perdagangan ritel dengan judul **"Analisis Kinerja Keuangan Sebelum dan Sesudah Penerapan E-Commerce pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di BEI"**

LANDASAN TEORI

1. Pengembangan teknologi yang berubah-ubah atau tidak pasti berpengaruh terhadap perusahaan ritel termasuk perusahaan ritel yang terdaftar di BEI, menurut (Pranggabaya & Lestari Andjarwati, 2022) perusahaan ritel merupakan salah satu contoh bisnis komersial yang berkembang pesat di Indonesia. Industri ritel terbukti memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia dan mampu membuka banyak lapangan kerja contohnya adalah perusahaan seperti Ramayana, Matahari, Mitra Adi Perkasa, Ace Hardware dan Alfamart.
2. Menurut (Riswandi, 2019) E-Commerce, singkatan dari Electronic Commerce, merujuk pada proses pembelian dan penjualan produk atau jasa melalui internet atau platform digital lainnya. Ini melibatkan transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik, yang dapat mencakup pembelian secara online, penjualan melalui situs web e-niaga, transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, dan berbagai aktivitas lainnya yang berkaitan dengan perdagangan elektronik.
Berikut ini beberapa komponen penting dari E-Commerce yang perlu dipahami:
 - Platform E-Commerce: Ini adalah situs web atau aplikasi yang menyediakan infrastruktur untuk melakukan transaksi bisnis secara online. Platform-platform ini dapat berupa toko daring, pasar elektronik, platform pembayaran, dan sebagainya.
 - Metode Pembayaran: E-Commerce mengandalkan berbagai metode pembayaran elektronik seperti kartu kredit, transfer bank, dompet digital, dan pembayaran menggunakan platform pembayaran pihak ketiga seperti PayPal.
 - Keamanan: Aspek keamanan sangat penting dalam E-Commerce untuk melindungi data pelanggan, informasi pembayaran, dan transaksi online dari ancaman seperti peretasan, pencurian identitas, dan kebocoran data.

- Logistik dan Pengiriman: Efisiensi sistem pengiriman dan logistik adalah kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan. Ini melibatkan manajemen persediaan, pengemasan, pengiriman, dan pelacakan pesanan secara efektif.
 - Pengalaman Pengguna: Pengalaman pengguna yang baik merupakan faktor penting dalam kesuksesan E-Commerce. Ini mencakup desain situs web yang responsif, navigasi yang intuitif, penawaran produk yang personal, ulasan pelanggan, dan layanan pelanggan yang responsif.
 - Pemasaran Digital: E-Commerce bergantung pada strategi pemasaran digital seperti SEO (Search Engine Optimization), iklan online, media sosial, konten pemasaran, dan strategi retargeting untuk menarik lalu lintas ke situs web dan meningkatkan konversi.
 - Analisis Data: Pengumpulan dan analisis data adalah kunci dalam mengoptimalkan kinerja E-Commerce. Ini melibatkan pemantauan metrik kinerja seperti konversi, tingkat abadikan, nilai rata-rata pesanan, dan lainnya untuk memahami perilaku pelanggan dan membuat keputusan yang lebih baik.
 - Dengan memahami berbagai aspek tersebut, pelaku bisnis dapat mengembangkan dan mengelola operasi E-Commerce yang sukses untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara digital.
3. Menurut (Sofyan, 2019) analisis Kinerja Keuangan Analisis laporan keuangan (financial statement analysis) adalah penerapan alat dan teknik analisis terhadap laporan keuangan umum dan data terkait untuk memperoleh estimasi dan kesimpulan yang berguna untuk analisis bisnis yang akan datang, dikutip dari (Wild, 2005). Analisis Laporan Keuangan menggunakan perhitungan rasio untuk mengevaluasi kondisi keuangan suatu perusahaan di masa lalu, sekarang, dan masa depan.
4. Return on asset (ROA), menurut (Rahayu Kamila, 2024) Return On Asset menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan keuntungan selama operasinya. Nilai Return On Asset (ROA) dapat dihitung dengan membagi nilai buku (laba bersih) dengan total aset dengan kata lain ROA digunakan untuk mengukur jumlah laba bersih dari setiap aset yang dimiliki oleh perusahaan. Total Asset Turnover (TATO), menurut (Saragih, 2021) Rasio perputaran total aset atau Total Asset Turnover (TATO) adalah rasio yang digunakan untuk “mengukur perputaran seluruh aset suatu perusahaan dan berapa banyak penjualan yang dihasilkan untuk setiap rupiah aktiva”. Pertumbuhan perusahaan menurut Menurut Machfoedz (2007) dalam jurnal (Yudha et al., 2022) Pertumbuhan perusahaan dapat diukur menggunakan perubahan total asset yang mana pertumbuhan atau (growth) mengacu pada posisi perusahaan dalam system perekonomian secara keseluruhan atau dalam industry yang sama, dimana pertumbuhan perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut.
$$\text{Growth Rate} = \left(\frac{\text{Present} - \text{Past}}{\text{Past}} \right) \times 100$$
 Likuiditas menurut (Lumban Gaol, 2023) Likuiditas mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya tepat waktu. Likuiditas yang rendah menyulitkan suatu perusahaan dalam melunasi utang-utangnya, terutama utang-utang jangka pendek, sehingga likuiditas menjadi salah satu alat ukur dalam menentukan aktivitas suatu perusahaan.

METODOLOGI

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif Kuantitatif yang didukung oleh data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini memilih lima perusahaan ritel yang terdaftar di BEI, yaitu Ramayana, Matahari, Mitra Adi Perkasa, Ace Hardware, dan Alfamart.

Pengumpulan Data:

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat sekunder dan diperoleh dari laporan tahunan masing-masing perusahaan ritel yang terdaftar di BEI. Data yang relevan untuk analisis kinerja keuangan antara lain laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus kas.

Variabel dan Indikator:

- a. Profitabilitas: Diukur dengan menggunakan Return On Asset (ROA), yang mengukur jumlah laba bersih dari setiap aset perusahaan.
- b. Likuiditas: Diukur dengan menggunakan current ratio, yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau tagihan tepat waktu.
- c. Total Asset Turnover (TATO): Digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari pemanfaatan jumlah aset yang dimiliki.
- d. Pertumbuhan Perusahaan: Diukur dengan nilai Growth Rate, yang dihitung menggunakan rumus $((\text{Present} - \text{Past}) / \text{Past}) \times 100$.

Analisis Data:

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif. Analisis dilakukan untuk membandingkan kinerja keuangan antara perusahaan-perusahaan ritel yang dipilih berdasarkan variabel dan indikator yang telah ditetapkan.

Interpretasi Hasil:

Hasil analisis digunakan untuk memahami kinerja keuangan masing-masing perusahaan ritel. Interpretasi dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan dan memberikan wawasan tentang strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Kesimpulan dan Rekomendasi:

Berdasarkan hasil analisis, disusun kesimpulan yang menggambarkan kinerja keuangan masing-masing perusahaan serta rekomendasi untuk perbaikan dan pengembangan di masa depan. Rekomendasi ini dapat berupa strategi pengelolaan aset yang lebih efektif, peningkatan efisiensi operasional, atau pemantauan pasar yang lebih aktif.

Dengan menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif dan data sekunder dari laporan tahunan perusahaan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kinerja keuangan perusahaan ritel yang terdaftar di BEI dan memberikan wawasan untuk pengambilan keputusan di bidang bisnis dan investasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kinerja Keuangan:

Analisis kinerja keuangan dilakukan untuk mengevaluasi kinerja keuangan setiap perusahaan dengan menggunakan indikator keuangan yang relevan seperti return on assets (ROA) dan total aset turnover (TATO). ROA mengukur seberapa efisien sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari total asetnya, sementara TATO mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari penggunaan aset tersebut.

Analisis kami menunjukkan bahwa Matahari memiliki ROA tertinggi, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini lebih efisien dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Hal ini menandakan bahwa Matahari efektif dalam mengelola dan memanfaatkan asetnya untuk mencapai hasil yang maksimal. Di sisi lain, Ramayana memiliki TATO tertinggi, yang menunjukkan bahwa perusahaan ini efisien dalam menghasilkan pendapatan dari aset yang dimilikinya. Hal ini menandakan bahwa Ramayana mungkin memiliki strategi pemasaran atau operasional yang efisien untuk memaksimalkan penggunaan asetnya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi:

Dalam mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan sebuah perusahaan, kami mengidentifikasi beberapa faktor yang mungkin berkontribusi, termasuk strategi bisnis, kondisi pasar, dan persaingan industri. Matahari mungkin memiliki strategi bisnis yang efektif untuk memanfaatkan asetnya, seperti berinvestasi pada teknologi dan inovasi produk untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi. Sementara itu, Ramayana kemungkinan besar fokus pada efisiensi operasional, seperti pengendalian biaya dan peningkatan produktivitas untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan.

Membandingkan Hasil:

Membandingkan metrik keuangan antar perusahaan menunjukkan perbedaan kinerja keuangan yang signifikan. Matahari dicirikan oleh ROA-nya, yang menunjukkan efisiensi tinggi dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya. Di sisi lain, TATO Alphamart lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain, menunjukkan efisiensi dalam menghasilkan pendapatan dari asetnya sendiri.

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil analisis, kami menyimpulkan bahwa Matahari memiliki kinerja keuangan yang baik karena ROA yang tinggi, menunjukkan efisiensi tinggi dalam menghasilkan keuntungan dari asetnya. Sebaliknya, Alfamart menggunakan asetnya secara efisien dengan TATO yang tinggi, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari aset yang dimilikinya. Meskipun demikian, Ramayana telah mengalami pertumbuhan pendapatan yang stabil, namun perlu meningkatkan efisiensi operasional untuk meningkatkan kinerja keuangannya.

Implikasi dan Rekomendasi:

Studi ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kinerja keuangan setiap bisnis ritel. Rekomendasi yang mungkin diberikan mencakup pengembangan strategi pengelolaan pemanfaatan aset yang lebih efektif, peningkatan efisiensi operasional, dan pemantauan pasar yang lebih aktif. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan tersebut dan membantu mereka tetap kompetitif dalam persaingan industri ritel.

PENUTUP

Ketika kami mengevaluasi dan membandingkan kinerja keuangan perusahaan ritel yang kami pelajari, kami menemukan beberapa temuan yang menarik dan berbeda.

Pertama, Matahari menonjol dengan ciri ROA yang tinggi, menandakan efisiensi dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan bahwa Matahari efektif dalam mengelola dan memanfaatkan asetnya untuk mencapai imbal hasil yang maksimal.

Di sisi lain, Alfamart memiliki karakteristik perputaran total aset (TATO) yang tinggi, menunjukkan bahwa Alfamart mampu mengoptimalkan penggunaan asetnya untuk mencapai imbal hasil yang lebih tinggi. Kemampuan Alfamart dalam menghasilkan pendapatan dari aset yang dimilikinya menunjukkan efisiensi operasional yang unggul.

Meskipun Ramayana secara konsisten meningkatkan penjualan, namun masih terdapat tantangan dalam meningkatkan efisiensi operasional untuk meningkatkan profitabilitas. Ramayana perlu fokus pada strategi efisiensi dan pengendalian biaya untuk meningkatkan kinerja keuangan di masa depan.

Sementara Mitra Adi Perkasa dan Ace Hardware telah menunjukkan kinerja keuangan yang stabil, masih terdapat potensi peningkatan kinerja dengan strategi yang tepat yang berfokus pada efisiensi dan pertumbuhan bisnis.

Kesimpulannya, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pemangku kepentingan ritel. Kami berharap dengan pemahaman yang lebih dalam mengenai kinerja keuangan suatu perusahaan, kita dapat mengambil keputusan dan mengambil tindakan yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja keuangan dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan dasar untuk mengembangkan strategi jangka panjang yang akan membantu perusahaan-perusahaan tersebut mencapai tujuan keuangan mereka di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alijoyo, F. A., & Munawar, Y. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MATURITAS MANAJEMEN RISIKO ORGANISASI DI INDONESIA. *Bina Ekonomi*, 23(1).
<https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4366.67-79>
- Andrian W. Finaka. (2021, March 1). *Dampak Pandemi, 1.300 Gera Ritel Tutup*. Indonesia Baik.Id.
- Lumban Gaol, E. V. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Majalah Iptek Politeknik Negeri Medan Polimedia*, 24(4).
<https://doi.org/10.51510/polimedia.v24i4.1360>
- MC PROV RIAU. (2023, November 16). *Penggunaan e-Commerce di Indonesia Terus Meningkat*. Info Publik.
- Pranggabayu, B., & Lestari Andjarwati, A. (2022). PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSIVE BUYING (STUDI PADA PENGUNJUNG MINISO TUNJUNGAN PLAZA). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6).
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.112>

- Rahayu Kamila. (2024). Pengaruh Pengungkapan Environment, Social, Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(8), 1031–1042.
- Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April).
- Saragih, J. (2021). PENGARUH CURRENT RATIO, TOTAL ASSETS TURN OVER, DAN DEBT TO ASSETS RATIO TERHADAP RETURN ON ASSETS PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan*. <https://doi.org/10.54367/jrak.v7i1.1163>
- Siburian, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga dan Sales Promotion terhadap Pembelian Implusif Pada e-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mirai Management*, 7(3). <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Sofyan, M. (2019). Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan. *Jurnal Akademika*, 17(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.51881/jam.v17i2.173>
- Suryani, S. E., & Nasri, R. (2020). ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN SEBELUM DAN SESUDAH PENERAPAN E-COMMERCE. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.24853/jmmb.1.2.109-118>
- Yudha, A. M., Putra, R. B., & Fitri, H. (2022). Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(12)