

**ANALISIS PERBANDINGAN PROFITABILITAS
SEBELUM DAN SESUDAH MENGGUNAKAN TEKNOLOGI
INFORMASI
(STUDI KASUS: PT. MITRA ADIPERKASA, TBK)**

Oleh:

Chiesa Utomo Sukmono, Hendratno

email: chiesautomo@telkomuniversity.ac.id, hendratno58@gmail.com

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

ABSTRAK

Kemajuan teknologi mendorong segala sektor bisnis di Indonesia untuk terus berinovasi salah satunya adalah sektor bisnis ritel. Munculnya bisnis-bisnis ritel baru (*startup*) yang berbasis teknologi informasi dapat menjadi suatu ancaman bagi perusahaan ritel konvensional seperti PT. Mitra Adiperkasa, Tbk atau yang biasa disebut dengan *disruption*. Hal tersebut menjadi dorongan bagi perusahaan untuk mengembangkan sektor bisnisnya. Teknologi informasi yang digunakan perusahaan adalah *e-commerce*. Perusahaan meluncurkan situs penjualan *online* bernama MAP EMALL pada awal tahun 2016 dan pada pertengahan tahun yang sama perusahaan sudah mendapatkan manfaat positif yaitu terjadinya peningkatan laba. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa signifikan perbedaan profitabilitas yang ditimbulkan oleh penerapan teknologi informasi. Berdasarkan peningkatan laba, penelitian ini dikaitkan dengan rasio profitabilitas perusahaan yang diantaranya adalah NPM, ROI, dan ROE. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah laporan keuangan dari tahun 2014 hingga tahun 2017. Periode Maret 2016 ditetapkan sebagai periode pisah batas karena pada periode tersebut perusahaan mulai menerapkan teknologi informasi. Pengujian data yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji hipotesis komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan profitabilitas setelah penerapan teknologi informasi dilihat dari ketiga aspek yaitu NPM, ROI, dan ROE. Perusahaan mendapatkan manfaat positif dari penerapan teknologi informasi. Tetapi, dilihat dari hasil uji beda perbedaan profitabilitas sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi dinilai kurang signifikan.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, *Disruption*, Rasio Profitabilitas, Uji Hipotesis Komparatif.

ABSTRACT

Technological advances encourage all business sectors in Indonesia to continue to innovate; one of them is the retail business sector. The emergence of startup business based on information technology can be a threat to conventional retail companies such as PT. Mitra Adiperkasa, Tbk or commonly referred to as disruption. It becomes the trigger for the company to develop its business sector as did PT. Mitra Adiperkasa, Tbk is expanding into the online sales sector. The information technology that the company uses is e-commerce. The company launched its online sales site called MAP EMALL at the beginning of 2016 and in the middle of the same year the company has been getting positive benefits from the application of information technology is the occurrence of increased profits. This study aims to determine how significant the difference in profitability caused by the application of information technology. Based on the increase in profit, this study is associated with the company's profitability ratios which among them are NPM, ROI, and ROE. The data used in this study is the financial statements from 2014 to 2017. The period of March 2016 is defined as a period of separation limit because in that period the company began to apply information technology. Testing data conducted in this study is a comparative hypothesis test. The results showed that there was an increase in profitability after the application of information technology seen from three aspects, namely NPM, ROI, and ROE. Companies get positive benefits from the application of information technology. However, seen from the results of different test differences in profitability before and after the application of information technology is considered less significant.

Keywords: *Information Technology, Disruption, Profitability Ratios, Comparative Hypothesis Test.*

PENDAHULUAN

Pada saat ini kemajuan teknologi mendorong setiap sektor usaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan yang sangat cepat. Salah satu sektor yang terpengaruh adalah sektor bisnis ritel khususnya di Indonesia, banyak bermunculannya bisnis-bisnis baru di sektor ritel yang berbasis teknologi informasi mendorong salah satu perusahaan ritel konvensional besar di Indonesia yaitu PT. Mitra Adiperkasa, Tbk untuk mengembangkan bisnisnya ke sektor *E-Commerce*. Hal tersebut menjadi reaksi perusahaan konvensional seperti PT. Mitra Adiperkasa dalam mengimbangi isu *disruption* yang sedang marak di dunia bisnis Indonesia. Seperti yang dijelaskan diatas, menjelaskan bahwa *disruption* tidak hanya terkait bisnis *startup* yang berbasis *online* dan seakan akan menghancurkan bisnis konvensional yang telah berjalan. *Disruption* sendiri mengubah bukan hanya cara berbisnis, melainkan juga fundamental bisnisnya. Mulai dari struktur biaya sampai ke budaya dan bahkan ideologi industri. Namun pada sektor ritel di Indonesia *disruption* sangat kental akan kemunculan toko-toko berbasis teknologi informasi seperti tokopedia, lazada, zalora, bukalapak dan lainnya yang seakan mengganggu proses bisnis perusahaan ritel konvensional.

Kemunculan toko ritel berbasis teknologi informasi secara tidak langsung menjadi ancaman bagi peritel konvensional seperti PT. Mitra Adiperkasa, Tbk yang sudah terjun dalam bisnis ritel sejak tahun 1995. Perusahaan menanggapi ancaman tersebut dengan menambahkan metode penjualan *online* pada proses bisnisnya yang sebelumnya hanya terfokuskan pada gerai-gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Masyarakat di Indonesia khususnya di kota-kota besar cenderung lebih memilih untuk belanja *online* ketimbang untuk melakukan proses pembelian secara konvensional seperti mendatangi gerai secara langsung dan melakukan proses keputusan pembelian. Ini merupakan salah satu dari delapan fitur unik yang ada pada teori *E-Commerce* yaitu *Ubiquity* yang menjelaskan bahwa *E-Commerce* tersedia di berbagai media dan dapat diakses kapanpun sehingga masyarakat dapat dengan mudah berbelanja setiap saat. Pada awal tahun 2016 perusahaan meluncurkan situs penjualan *online* dan pada pertengahan tahun yang sama terjadi kenaikan laba pada perusahaan sebesar 78%. Teknologi informasi dinilai memberikan manfaat positif bagi perusahaan dilihat dari segi keuntungan.

Sebagai pemanfaatan teknologi informasi, situs penjualan *online* (*e-commerce*) yang digunakan perusahaan terbukti memberikan manfaat positif bagi

perusahaan. Dari segi profitabilitas hasil uji data pada penelitian membuktikan adanya kenaikan dari NPM, ROI, dan ROE perusahaan pada saat sesudah penerapan teknologi informasi. Dalam penelitian pengukuran profitabilitas yang digunakan adalah *Net Profit Margin* (NPM), *Return on Investment* (ROI), dan *Return on Equity* (ROE). Rasio tersebut dijadikan variabel penelitian, selain untuk menguji kenaikan profitabilitas uji lainnya yang digunakan pada penelitian ini adalah uji hipotesis komparatif (uji beda) uji tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa signifikan perubahan profitabilitas perusahaan pada saat sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi.

Penelitian menunjukkan terjadinya peningkatan profitabilitas perusahaan pada saat sesudah penerapan teknologi informasi. Namun pada pengujian hipotesis komparatif perbedaan profitabilitas pada saat sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi dinilai kurang signifikan.

TINJAUAN PUSTAKA

a. Teori Teknologi Informasi (*e-commerce*)

Pada saat ini khususnya di Indonesia perusahaan-perusahaan sudah mulai menerapkan teknologi informasi dalam menjalankan proses bisnisnya. Salah satu teknologi informasi yang umum

digunakan dalam proses bisnis adalah teknologi *E-Commerce*. *E-Commerce* merupakan penggunaan internet, *World Wide Web* (www), dan aplikasi ponsel untuk melakukan transaksi bisnis atau secara formal dapat disebut sebagai penggunaan teknologi komersial digital dalam melakukan transaksi diantara organisasi dan individu [3]. Teknologi informasi yang digunakan adalah teknologi digital yang didalamnya merupakan proses transaksi dimana proses tersebut menggunakan jaringan internet, *website*, atau aplikasi ponsel dan transaksi komersial terkait dengan terjadinya pertukaran nilai diantara organisasi dan individu seperti adanya pertukaran nilai terkait barang dan jasa. *E-Commerce* sendiri 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. Artinya penerapan teknologi informasi pada dapat menghasilkan

manfaat positif bagi perusahaan salah satunya adalah dalam segi keuntungan.

b. Teori Analisa Perbandingan Profitabilitas

Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dapat dianalisa dengan beberapa rasio yang salah satunya adalah rasio profitabilitas atau sering disebut dengan rasio rentabilitas. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan perusahaan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.

Analisa yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisa horizontal dimana analisa horizontal digunakan untuk melakukan perbandingan data dari laporan keuangan. Analisa horizontal adalah analisa dengan cara membandingkan neraca dan laporan laba rugi beberapa tahun terakhir secara berurutan untuk memperoleh gambaran mengenai perubahan selama beberapa tahun terakhir apakah terjadi kenaikan

atau penurunan.

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu dan juga memberikan gambaran tentang tingkat efektifitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan sebagainya. Pada penelitian perhitungan rasio profitabilitas yang akan digunakan sebagai variabel penelitian adalah *Net Profit Margin*, *Return On Investment (ROI)*, dan *Return On Equity (ROE)* berikut teori-teori yang menjelaskan terkait variabel penelitian :

1) *Net Profit Margin*, yaitu rasio yang mengukur laba bersih setelah pajak terhadap penjualan. Semakin tinggi NPM maka semakin baik operasional suatu perusahaan. Perhitungan NPM dilakukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2) *Return on Investment*, merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aktiva. ROI

merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan

keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan [9]. Perhitungan

$$\text{Return on Investment (ROI)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

3) *Return on Equity*, yaitu rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengolah modal sendiri secara efektif, mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah

ROI dapat dilakukan dengan formula sebagai berikut:

dilakukan pemilik modal sendiri atau pemegang saham [5]. ROE dapat dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

Kerangka Pemikiran

Pada tahun awal tahun 2016 PT. Mitra Adiperkasa, Tbk meluncurkan website MAP EMALL sebagai ekspansi perusahaan di bidang teknologi informasi yang juga berguna untuk menaikkan profitabilitas perusahaan. Rentabilitas atau yang sering disebut dengan profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu [4]. Dari teori profitabilitas yang digunakan pada penelitian maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

Berdasarkan hubungan *Net Profit Margin* sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi:

H_{01} : “Tidak terdapat perbedaan signifikan nilai *Net Profit Margin* perusahaan pada saat sebelum dan sesudah menggunakan teknologi informasi.”

H_{a1} : “Terdapat perbedaan signifikan nilai *Net Profit Margin* perusahaan pada saat sebelum dan sesudah menggunakan teknologi informasi.”

Berdasarkan hubungan *Return on Investment (ROI)* sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi:

H_{02} : “Tidak terdapat perbedaan signifikan nilai *Return on Investment (ROI)* perusahaan pada saat sebelum dan sesudah menggunakan teknologi informasi.”

H_{a2} : “Terdapat perbedaan signifikan nilai *Return on Investment (ROI)* perusahaan pada saat sebelum dan sesudah menggunakan teknologi informasi.”

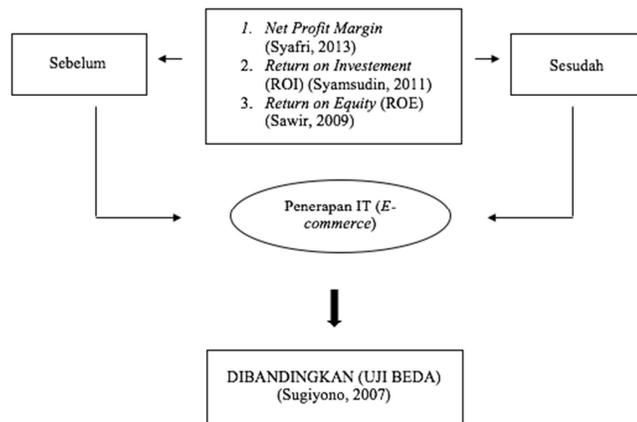
Berdasarkan hubungan *Return on Equity (ROE)* sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi:

H_{03} : “Tidak terdapat perbedaan signifikan nilai Return on Equity (ROE) perusahaan pada saat sebelum dan sesudah menggunakan teknologi informasi.”

H_{a3} : “Terdapat perbedaan signifikan nilai Return on Equity (ROE) perusahaan pada saat sebelum dan

sesudah menggunakan teknologi informasi.”

Berdasarkan teori terkait penelitian dan ketiga poin hipotesis yang sudah dibuat untuk membantu analisis data penelitian maka dapat dikembangkan dengan gambaran kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

1. Sampel dan Pengumpulan Data

Penelitian ini hanya terdapat satu objek penelitian yang mendukung fenomena dan topik penelitian. Hanya terdapat satu perusahaan ritel terdaftar di BEI yang menerapkan penjualan secara *online* di tahun 2016 dan dapat meningkatkan laba perusahaan pada tahun yang sama. Maka teknik *sampling* yang digunakan adalah *sampling* total atau (sensus) dimana seluruh anggota populasi dijadikan sampel semua. Sehingga pada sampel pada penelitian ini sama dengan populasi yaitu PT. Mitra Adiperkasa, Tbk.

Dalam mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian, strategi pengumpulan data yang dilakukan adalah strategi arsip dimana penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan PT. Mitra Adiperkasa, Tbk periode tahun 2014-2017 . Sedangkan sumber dari data yang di dapat adalah situs resmi perusahaan PT. Mitra Adiperkasa, Tbk karena perusahaan bersifat *go public* maka data laporan keuangan tahunan dapat diunduh di situs resmi perusahaan. Serta data tambahan *company performance* yang dimuat dalam situs resmi BEI.

2. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

a. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Pada statistik deskriptif akan dikemukakan cara – cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang. Penjelasan kelompok melalui modus, median, mean, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku atau disebut standar deviasi. Statistik deskriptif pada penelitian membantu analisa data terutama untuk menguji normalitas data dan uji hipotesis pada penelitian.

b. Uji Normalitas Data

Salah satu metode uji normalitas yang dapat dilakukan yaitu dengan metode *Kolmogorov – smirnov test*. Pengujian ini menggunakan bantuan program SPSS untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak normal. Dengan mengetahui normalitas

data maka akan ditentukan uji yang tepat dalam pengujian hipotesis. Jika data terdistribusi normal uji beda yang dilakukan menggunakan uji parametris (*t-test*) sedangkan jika data tidak terdistribusi secara normal maka dilakukan uji non parametris (*Wilcoxon sign test*). Untuk uji normalitas data sendiri memiliki hipotesis tersendiri yaitu jika nilai signifikansi data lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal. Sedangkan jika nilai signifikansi data kurang dari 0,05 maka distribusi data tersebut tersebar secara tidak normal.

c. Uji Hipotesis Komparatif

Hipotesis komparatif merupakan pernyataan yang menunjukkan dugaan nilai dalam satu variabel atau lebih pada sampel yang berbeda atau jangka waktu yang berbeda. Uji hipotesis komparatif juga digunakan untuk membuktikan hipotesis awal bahwa adanya perbedaan pada variabel sebelum dan sesudah. Uji hipotesis komparatif dibagi menjadi dua pengujian yaitu uji statistik non parametris untuk data yang terdistribusi secara normal dan uji statistik non parametris jika data terdistribusi secara tidak normal.

Uji hipotesis komparatif untuk statistik parametris yaitu uji *Paired Sample T-test*. Uji *Paired Sample T-test* adalah atau uji beda dua sampel berpasangan yaitu sampel yang sama mengalami dua perlakuan atau pengukuran yang berbeda. Hasil dari pengujian uji beda parametris pada program spss akan didapat nilai signifikansi pada data yang

digunakan untuk pengambilan keputusan, jika nilai signifikansi data adalah lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika data tersebut setelah diuji dan nilai signifikansinya ternyata lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

1) Uji Statistik Deskriptif

Tabel Uji Statistik Deskriptif

Keterangan	Periode	NPM	Mean	ROI	Mean	ROE	Mean
Sebelum	t-3	0,69%	0,47%	0,84%	0,483%	2,81%	1,567%
	t-2	0,47%		0,29%		0,88%	
	t-1	0,26%		0,32%		1,01%	
Periode Penerapan	t0	0,53%		0,16%		0,51%	
Sesudah	t+1	0,76%	1,623%	0,46%	1,313%	1,51%	4,097%
	t+2	1,64%		1,95%		6,51%	
	t+3	2,47%		1,53%		4,27%	
		Selisih	1,15%	Selisih	0,83%	Selisih	2,53%

- Terjadi peningkatan Net Profit Margin (NPM) setelah penerapan teknologi informasi sebesar 1,15%
- Terjadi peningkatan Return on Investment (ROI) setelah penerapan teknologi informasi sebesar 0,83%
- Terjadi peningkatan Return on Equity (ROE) setelah penerapan teknologi informasi sebesar 2,53%

2) Uji Normalitas Data

Tabel Uji Normalitas Data

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>				
		NPM	ROI	ROE
N		7	7	7
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	0,0097429	0,0079286	0,025
	<i>Std. Deviation</i>	0,00792567	0,00691899	0,02202037
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,321	0,256	0,245
	<i>Positive</i>	0,321	0,256	0,245
	<i>Negative</i>	-0,184	-0,18	-0,183
<i>Test Statistic</i>		0,321	0,256	0,245
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,028	0,183	0,2
Keterangan		Tidak Normal	Normal	Normal

- Nilai signifikansi NPM lebih kecil dari 0,05 maka data terdistribusi secara tidak normal
- Nilai signifikansi ROI lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal
- Nilai signifikansi ROE lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi secara normal

3) Uji Hipotesis Komparatif

<i>Wilcoxon Signed Rank Test</i>		<i>Paired Sample Test</i>			
<i>Test Statistics</i>		<i>Paired Differences</i>			
	<i>Asymp.Sig(2-tailed)</i>		<i>Asymp.Sig(2-tailed)</i>		<i>Asymp.Sig(2-tailed)</i>
NPM_Sebelum - NPM_Sesudah	0,109	ROI_Sebelum - ROI_Sesudah	0,312	ROE_Sebelum - ROE_Sesudah	0,339

Tabel Uji Hipotesis Komparatif

- Nilai signifikansi NPM sebelum dan sesudah sebesar $0,109 > 0,05$, maka perbedaan kurang signifikan
- Nilai signifikansi ROI sebelum dan sesudah sebesar $0,312 > 0,05$, maka perbedaan kurang signifikan
- Nilai signifikansi ROE sebelum dan sesudah sebesar $0,339 > 0,05$, maka perbedaan kurang signifikan.

KESIMPULAN

Dilihat dari hasil pengujian data yang sudah dilakukan pada rasio *Net Profit Margin* (NPM) berdasarkan hasil uji statistik deskriptif terdapat kenaikan NPM setelah penerapan teknologi

informasi sebesar 1,15% hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan manfaat positif dari penerapan teknologi informasi yang sudah diterapkan. Tetapi, berdasarkan uji hipotesis komparatif nilai signifikansi

perbedaan NPM sebesar 0,109 angka tersebut lebih besar dari taraf kepercayaan yang sudah ditetapkan sehingga perbedaan nilai NPM pada saat sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi dinilai kurang signifikan.

Dari segi *Return on Investment* (ROI) berdasarkan hasil analisa pengujian data yang sudah dilakukan dilihat dari uji statistik deskriptif, pada nilai ROI terdapat peningkatan sebesar 0,83% setelah penerapan teknologi informasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan teknologi informasi memberikan manfaat positif pada perusahaan. Tetapi, berdasarkan uji beda yang dilakukan pada data ROI, perbedaan pada ROI dinilai kurang signifikan. Karena, nilai signifikansi perbedaan ROI sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi

sebesar 0,312 ternyata lebih besar dari taraf kepercayaan yang ditentukan.

Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan pada data *Return on Equity* (ROE) dari hasil uji statistik deskriptif membuktikan adanya kenaikan ROE sebesar 2,53%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan mendapatkan manfaat positif dari penerapan teknologi informasi pada proses bisnis. Namun, jika dilihat dari hasil uji hipotesis komparatif yang sudah dilakukan nilai signifikansi perbedaan ROE lebih besar dari taraf kepercayaan yang ditetapkan. Hal tersebut menunjukkan kurang signifikannya perbedaan pada saat sebelum dan sesudah penerapan teknologi informasi pada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Johar. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kasali, Rhenald. (2017). *Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Laudon, Kenneth C., dan Traver, Carol Guercio. (2014). *E-Commerce*. Upper Saddle River, New Jersey, Amerika Serikat: Pearson.
- Munawir, S. (2012). *Analisis Informasi Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Sawir, Agnes. (2009). *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Syafri Harahap, Sofyan. (2013). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Syamsuddin, Lukman. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.