

Pengaruh Ukuran Perusahaan, E-Commerce dan Siklus Konversi Kas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)

Santi Anjelina Putri^{1*}, Agus Sutardjo²

¹Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

²Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

*Corresponding Author: santianjelina2008@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *e-commerce*, dan siklus konversi kas terhadap kinerja keuangan perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 baik secara parsial maupun secara simultan. Pemilihan sampel menggunakan strategi *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan dan diperoleh sebanyak 15 perusahaan dengan waktu penelitian selama 3 tahun dan menghasilkan 45 data. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F. Berdasarkan hasil analisis secara parsial diketahui bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (TATO), *e-commerce* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (TATO), dan siklus konversi kas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (TATO). Serta ukuran perusahaan, *e-commerce* dan siklus konversi kas secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (TATO) pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Menurut analisis koefisien determinasi (R²), hanya 42,4% variabel kinerja keuangan perusahaan yang dapat dijelaskan oleh ukuran perusahaan, *e-commerce* dan siklus konversi kas.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, Siklus Konversi Kas, Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)

Abstract: This study aims to analyze the effect of company size, *e-commerce*, and the cash conversion cycle on company financial performance in Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector that are listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021 either partially or simultaneously. The sample selection used a *purposive sampling* strategy in accordance with predetermined criteria and obtained 15 companies with a research time of 3 years and produced 45 data. This research uses descriptive analysis method, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing with t test and F test. Based on the results of partial analysis it is known that company size does not have a significant effect on company financial performance (TATO). *e-commerce* has no significant effect on the company's financial performance (TATO), and the cash conversion cycle has a significant positive effect on the company's financial performance (TATO). As well as company size, *e-commerce* and the cash

conversion cycle simultaneously have a significant influence on company financial performance (TATO) in Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2021. According to the analysis of the coefficient of determination (R²), only 42.4% of the company's financial performance variables can be explained by company size, e-commerce and the cash conversion cycle.

Key Words: *Company Size, E-Commerce, Cash Conversion Cycle, and Company Financial Performance (TTO)*

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan sektor bisnis berlangsung dengan cepat. Ini tercermin dalam kemajuan teknologi dan peningkatan persaingan di antara perusahaan-perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan harus merancang strategi yang efektif untuk mencapai tujuan mereka dan menjaga eksistensi mereka dalam jangka panjang.

Kinerja keuangan adalah hasil yang dicapai oleh sebuah perusahaan dalam periode tertentu, yang mencerminkan kondisi keuangan perusahaan dan digambarkan melalui analisis keuangan. Analisis ini membantu dalam memahami kualitas keuangan perusahaan. Status keuangan dan kinerja operasional perusahaan mencerminkan bagaimana perusahaan berkinerja selama periode tersebut. Dengan mengevaluasi kinerja keuangan, manajemen dapat menjalankan tugasnya dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi (Rachmatul et al., 2020).

Ukuran perusahaan adalah indikator yang digunakan untuk memperkirakan besarnya atau kecilnya suatu perusahaan. Indikator ini dihitung dengan menggunakan total aset perusahaan sebagai salah satu metrik penting. (Amalia & Khuzaini, 2021). Situasinya dianggap semakin menguntungkan ketika perusahaan semakin besar. Ukuran perusahaan memiliki dampak signifikan pada persepsi investor. Dalam hal ini, perusahaan yang lebih besar akan menarik perhatian lebih banyak investor dan akan memiliki lebih banyak akses ke sumber daya keuangan internal dan eksternal. Dengan demikian, kinerja keuangan perusahaan cenderung meningkat karena jumlah investor yang berinvestasi lebih besar. Selain itu, semakin terkenal suatu perusahaan, semakin besar peluangnya untuk meningkatkan penjualan, yang pada gilirannya dapat menghasilkan kesuksesan dalam hal kinerja keuangan perusahaan.

E-commerce adalah aktivitas yang melibatkan pembelian, penawaran, penjualan, atau pertukaran barang, jasa, dan informasi dengan menggunakan jaringan internet pada komputer (Suryani & Nasri, 2020). Penggunaan *e-commerce* dalam perusahaan memfasilitasi pencarian mitra bisnis yang lebih mudah dan memungkinkan pengembangan hubungan yang positif dengan konsumen. Selain itu, *e-commerce* juga memiliki potensi untuk mempermudah perusahaan dalam menjangkau pasar global. Hal ini dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dan berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan dan operasional perusahaan, mengingat peluang yang luas yang ditawarkan oleh peran strategis *e-commerce* dalam ekspansi pasar.

Siklus konversi kas adalah periode waktu yang diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk menjual persediaan, mengumpulkan piutang, dan melunasi hutangnya (Wang, 2019). Siklus konversi kas adalah indikator yang menggambarkan berapa lama waktu yang diperlukan bagi perusahaan untuk mengubah pengeluaran dalam pembelian persediaan menjadi penerimaan pembayaran. Jika rasio siklus konversi kasnya rendah dan bahkan negatif, ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjual persediaan dan mengumpulkan piutang lebih cepat daripada membayar hutangnya. Siklus konversi kas mencerminkan kemampuan manajemen dalam mengelola modal kerja dan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Perusahaan cenderung lebih termotivasi untuk mengelola modal kerja dengan

baik ketika mereka menghasilkan keuntungan yang tinggi. Strategi yang efektif dalam mengelola siklus konversi kas dapat menghasilkan pendapatan yang sesuai dengan harapan perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan yang lebih efisien terhadap siklus konversi kas dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Pada akhir kuartal ketiga tahun 2021, mayoritas perusahaan di industri produk konsumen mengalami penurunan laba hingga dobel digit, menurut data yang dikumpulkan. Secara tahunan (*year-over-year*/YoY), PT Unilever Indonesia Tbk. (UNVR) mencatatkan penurunan laba bersih sebesar 16,04% menjadi Rp6,60 triliun dari sebelumnya Rp7,87 triliun. Sementara itu, pendapatan turun 7,47% menjadi Rp 30,02 triliun. Per 30 September 2021, PT Mayora Indah Tbk. (MYOR) mencatatkan laba bersih yang turun 37,17 persen dari kuartal sebelumnya menjadi Rp 977,93 miliar. Namun, produsen permen Kopiko mengalami peningkatan penjualan bersih sebesar 13,12% YoY menjadi Rp19,88 triliun dari Rp17,58 triliun. Selain itu, perusahaan produsen permen Kino, PT Kino Indonesia Tbk. (KINO), membukukan laba bersih yang turun 56,34% dari Rp 180,10 miliar menjadi Rp 78,63 miliar. Penjualan KINO turun dari Rp3,11 triliun menjadi Rp2,93 triliun atau turun 5,75% (<https://bisnisindonesia.id/>).

Fenomena di atas terjadi penurunan laba dan penjualan pada beberapa perusahaan di sektor industri barang konsumsi, yang menjadi peringatan bahwa perusahaan mungkin akan menghadapi penurunan kinerja keuangan. Untuk memastikan kelangsungan perusahaan dalam berbagai kondisi ekonomi di Indonesia dan mencapai pertumbuhan positif, penting untuk memprioritaskan peningkatan laba dari tahun ke tahun dengan strategi yang efektif, terutama dengan fokus pada peningkatan penjualan. Salah satu langkah yang bisa diambil adalah memanfaatkan e-commerce secara maksimal dan mengelola modal kerja secara efisien.

Ukuran perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Menurut penelitian sebelumnya (Yusdianto & Ramadhoni, 2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dipublikasikan (Maryadi & Dermawan, 2019). Sedangkan penelitian (Sutrisno & Riduwan, 2022) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini didukung oleh (Amalia & Khuzaini, 2021). Karena hasil yang tidak konsisten dari penelitian terdahulu, maka ukuran perusahaan layak dijadikan variabel penelitian.

E-commerce merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Purnata & Suardikha, 2019) menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini didukung oleh (Aditya & Erlina, 2022). Sedangkan hasil penelitian (Sofiyanti, 2021) menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sehingga *e-commerce* dapat dijadikan variabel penelitian

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan adalah siklus konversi kas. Menurut hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan (Yuliasuti, 2020) bahwa siklus konversi kas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Menurut penelitian (Cindy, 2021) Siklus konversi kas berpengaruh negatif pada kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan menurut penelitian (Windy Yungnata, 2022) menunjukkan hasil yang berbeda, siklus konversi kas tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. sehingga siklus konversi kas dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, penulis terdorong untuk mengangkat permasalahan tersebut dalam bentuk penelitian yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, dan Siklus Konversi Kas terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021)”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan mencerminkan sejauh mana kemampuan sebuah perusahaan untuk mengelola sumber daya dan operasionalnya, dan untuk menganalisisnya, digunakan rasio dan indeks (Sofiyanti, 2021). Ini mengindikasikan sejauh mana keberhasilan dan kualitas perusahaan dalam menjalankan operasionalnya.

Jenis-jenis Alat Ukur Kinerja Keuangan

1. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Hutabarat, 2020). Profitabilitas perusahaan diukur dengan menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA).

Menurut (Hutabarat, 2020) secara umum, rasio profitabilitas yang baik biasanya memiliki angka yang lebih tinggi daripada nilai aset perusahaan untuk rasio Return On Assets (ROA). Secara umum, standar ROA adalah sekitar 5%. Jika nilai profitabilitas melebihi standar tersebut, ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba berdasarkan aset yang dimilikinya. Standar industri untuk ROA adalah sekitar 30%. Semakin tinggi nilai ROA ini, semakin baik kinerja keuangan perusahaan, menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang lebih tinggi relatif terhadap asetnya.

2. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas adalah ukuran seberapa baik perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya, seperti pembayaran hutang jangka pendek atau kewajiban lainnya, dengan menggunakan aset yang dapat dicairkan dengan cepat (Peranginangin & Manurung, 2020).

Rasio Likuiditas digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan komitmen keuangan terkait utang jangka pendek (Hutabarat, 2020). rasio yang digunakan untuk menilai tingkat likuiditas perusahaan pada rasio ini adalah *Current Ratio*.

Menurut (Hutabarat, 2020) secara umum rasio likuiditas yang baik adalah saat nilainya melebihi 1. Ini mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar hutang jangka pendeknya. Standar industri untuk Rasio Lancar adalah sebanyak 2 kali lipat. Semakin tinggi nilai rasio likuiditas, semakin baik kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang semakin baik.

3. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan berupa hutang (Hutabarat, 2020). Rasio yang digunakan untuk menilai kondisi solvabilitas suatu perusahaan adalah *Total Debt to Asset Ratio*.

Menurut (Hutabarat, 2020) secara umum, rasio solvabilitas yang baik adalah saat nilainya lebih rendah dari nilai asetnya dalam total *Debt to Asset Ratio*. Standar untuk total *Debt to Asset Ratio* adalah 30%. Jika nilai solvabilitas perusahaan berada di bawah standar ini, maka perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar kewajiban keuangan dalam bentuk hutang. Standar industri untuk total *Debt to Asset Ratio* adalah 35%. Semakin rendah nilai rasio ini, semakin baik kinerja perusahaan dalam hal solvabilitas.

4. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas adalah suatu indikator yang digunakan untuk mengukur seberapa efisien suatu perusahaan menggunakan sumber dayanya dan seberapa baik perusahaan mengelola asetnya (Hutabarat, 2020).

Menurut (Hutabarat, 2020) secara umum rasio aktivitas yang sehat tercermin dalam keseimbangan yang tepat antara penjualan dan beberapa jenis aset, seperti persediaan, aset tetap, dan aset lainnya. Dalam pengukuran rasio aktivitas ini, jumlah penjualan dan investasi di berbagai jenis aset dibandingkan. Standar industri untuk *Total Assets Turnover* adalah 2 kali. Jika nilai rasio ini berada di bawah standar industri, itu mengindikasikan bahwa perusahaan belum mampu memanfaatkan sumber dayanya secara optimal. Penelitian ini mengukur kinerja keuangan menggunakan rumus *Total Assets Turnover*. *Total Assets Turnover* adalah rasio yang menunjukkan seberapa efisien perusahaan memanfaatkan seluruh asetnya untuk menghasilkan volume penjualan tertentu. (Hutabarat, 2020).

Peneliti menggunakan rumus *Total Assets Turnover* untuk membandingkan pendapatan dengan total aset, yang membantu menilai sejauh mana perusahaan memanfaatkan aset-asetnya. Untuk meningkatkan rasio perputaran total aset, perusahaan perlu meningkatkan volume penjualannya. Semakin tinggi nilai *Total Assets Turnover* yang dicapai perusahaan, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menciptakan total penjualan bersih. Kinerja perusahaan yang lebih baik, yang tercermin dalam nilai *Total Assets Turnover* yang tinggi, akan menarik minat para investor.

Ukuran Perusahaan

Total aset perusahaan digunakan sebagai indikator atau metrik untuk menghitung besar kecilnya perusahaan (Amalia & Khuzaini, 2021). Menurut (Dr. Sudarno, S.Pd. et al., 2022) bahwa besar kecilnya suatu perusahaan dapat ditentukan oleh jumlah aset, pendapatan, atau modal perusahaan.

Untuk menghitung ukuran perusahaan dalam penelitian ini digunakan Logaritma natural (\ln) dari total aset. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ukuran total aset setiap perusahaan sangat bervariasi, dan bahkan mengarah pada angka yang ekstrim. Data total aset perlu di \ln kan untuk mencegah data yang tidak normal.

Peneliti memilih menggunakan total aset sebagai proksi ukuran perusahaan, karena nilai aset seringkali lebih konstan daripada nilai kapitalisasi pasar dan penjualan. Sehingga dapat diketahui perusahaan tersebut semakin baik dalam pengelolaannya yang memungkinkannya memiliki prospek masa depan yang menjanjikan dalam waktu yang cukup lama.

E-Commerce

Electronic Commerce (E-Commerce) merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan internet pada komputer. *E-Commerce* adalah bagian dari *e-business*, yang memiliki definisi lebih luas yang mencakup hal-hal seperti bekerja dengan mitra bisnis, memberikan dukungan pelanggan, mengiklankan lowongan pekerjaan, dan lain-lain (Nugraini et al., 2022). Pelanggan pada model bisnis ini tidak hanya mendapatkan fasilitas transaksi secara *online*, tapi juga mendapatkan fasilitas pembayaran dari perusahaan *marketplace e-commerce*. Fasilitas ini diberikan sebagai cara atau memudahkan pelanggan dalam bertransaksi (Adani, 2020). Pengukuran *e-commerce* pada penelitian ini menggunakan bantuan variabel *dummy*.

Siklus Konversi Kas

Cash Conversion Cycle (CCC) atau siklus konversi kas adalah jangka waktu yang diperlukan suatu perusahaan untuk menjual persediaan dan menagih piutang kurang dari jangka waktu yang diperlukan untuk membayar hutang (Wang, 2019).

Komponen siklus konversi kas adalah periode konversi persediaan (*Days Inventory Outstanding/DIO*), periode penerimaan piutang (*Days Sales Outstanding/DSO*), periode penangguhan hutang perusahaan (*Days Payable Outstanding/DPO*) (Wiyono, 2018).

Setiap elemen dalam siklus konversi kas memiliki peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu menciptakan keuntungan. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk meningkatkan kecepatan dalam menerima pembayaran dari pelanggan dan mempercepat proses pengeluaran barang dari gudang mereka. Sebaliknya, perusahaan juga harus mampu mengelola kewajiban keuangan dengan cermat, termasuk memperlambat pembayaran hutang kepada pemasok hingga mereka menerima pembayaran dari pelanggan mereka.

a) *Days Inventory Outstanding (DIO)*

Dengan menerapkan pendekatan manajemen produksi yang efisien, seperti pengiriman tepat waktu atau pengendalian persediaan selama proses produksi, bisnis dapat mengurangi jumlah bahan baku yang digunakan. Dengan kata lain, pengelolaan produksi yang baik dapat membantu perusahaan mengoptimalkan penggunaan bahan baku mereka. (Subramanyam, 2014).

b) *Days Sales Outstanding (DSO)*

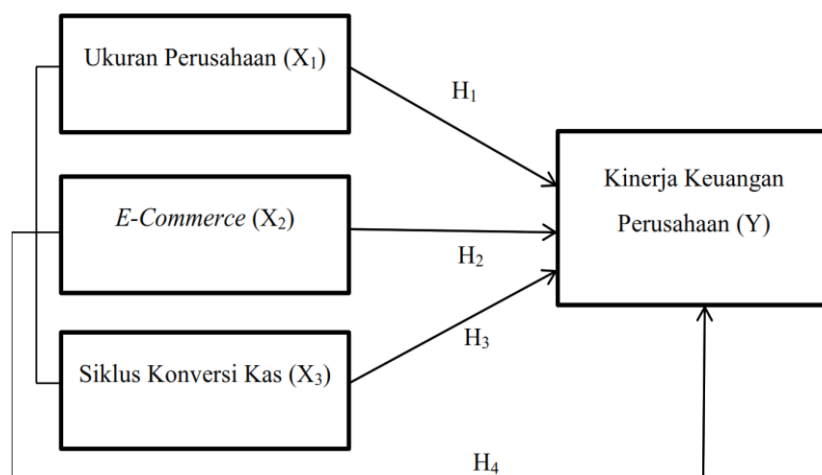
Menurut Wiyono (2018), *Days Sales Outstanding (DSO)* adalah metrik yang mengukur jumlah waktu yang diperlukan bagi sebuah perusahaan untuk mengkonversi piutang menjadi uang tunai. *DSO* yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa perusahaan memerlukan lebih banyak waktu untuk mengumpulkan pembayaran dari pelanggan, yang dapat berdampak negatif pada arus kas dan biaya operasional (Subramanyam, 2014).

c) *Days Payable Outstanding (DPO)*

Periode hutang perusahaan atau *DPO* adalah rata-rata waktu pembelian bahan baku dan penggunaan tenaga kerja hingga terlaksananya pembayaran (Wiyono, 2018). Hutang dagang, yang juga dikenal sebagai kewajiban dagang, merujuk pada utang yang tercatat dalam Daftar Penerimaan Pesanan (*DPO*) perusahaan. Penangguhan hutang dagang dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dengan mengurangi beban bunga yang mungkin diperlukan. Ini karena penangguhan hutang dagang memungkinkan perusahaan untuk menginvestasikan dana tanpa harus membayar bunga tambahan. Selain itu, penting untuk dicatat bahwa hutang dagang dilaporkan berdasarkan biaya mereka dan bukan harga eceran. Oleh karena itu, dalam perhitungannya, harga pokok penjualan (bukan pendapatan dari penjualan) digunakan sebagai dasar perhitungan (Subramanyam, 2014).

Semakin pendek waktu yang diperlukan, semakin baik bagi perusahaan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengelola modal kerjanya dengan efisien. Sebuah perusahaan dianggap baik dalam mengelola modal kerjanya jika memiliki siklus konversi kas yang rendah atau bahkan negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dapat memproduksi dan menjual produknya dengan lebih cepat, sehingga dapat mengumpulkan kas lebih cepat daripada harus membayar hutang usahanya.

Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah oleh Penulis (2023)

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Berikut Hipotesis pada penelitian ini:

- H1 : Diduga, ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- H2 : Diduga, *e-commerce* berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- H3 : Diduga, siklus konversi kas berpengaruh secara parsial terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- H4 : Diduga, ukuran perusahaan, *e-commerce* dan siklus konversi kas berpengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan perusahaan

METODE PENELITIAN

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk penelitian ini melibatkan dua pendekatan utama: riset pustaka dan penggunaan sumber online. Penelitian kepustakaan dilakukan dengan mengkaji buku, diktat, jurnal, serta berbagai sumber yang berkaitan dengan subjek penelitian. Ini melibatkan kegiatan membaca, mengambil kutipan, dan mengadaptasi pemikiran para ahli yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini meliputi:

- Dokumentasi, diperoleh dari berbagai sumber melalui dokumen tertulis berupa data, gambar, tabel, diagram dan dokumen lainnya sebagai penunjang penelitian.
- Web Internet, mengumpulkan data dan informasi yang relevan melalui website resmi BEI dan situs lainnya yang memiliki data terkait dengan topik penelitian ini.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data mengacu pada informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan berbentuk angka yang diperoleh dari laporan tahunan Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang dirilis secara resmi pada situs web Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data tersebut diperoleh melalui penggunaan media perantara dan bersumber dari website perusahaan serta situs resmi Bursa Efek Indonesia. Informasi data sekunder ini dikumpulkan oleh penulis dari perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi. Data ini dipilih berdasarkan kriteria kehandalan, keabsahan, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta telah melalui proses audit oleh auditor independen di Bursa Efek Indonesia.

Populasi Penelitian dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 63 Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2019 hingga 2021.

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Metode ini melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian, sehingga sampel yang dipilih mencerminkan karakteristik yang relevan dengan masalah penelitian yang diteliti. Kriteria yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021
2. Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang menerbitkan secara rutin *Annual Report* di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2019-2021
3. Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang laporan keuangannya mengalami kenaikan penjualan selama tahun 2019-2021.

Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021 yang memenuhi kriteria sampel adalah sebanyak 15 perusahaan dengan kurun waktu penelitian selama 3 tahun. Jadi jumlah sampel penelitian secara keseluruhan adalah 45 sampel.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

A. Kinerja Keuangan Perusahaan (Y)

Kinerja keuangan mencerminkan sejauh mana kemampuan suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya dan operasionalnya. Proses analisis kinerja keuangan umumnya memanfaatkan rasio-rasio dan indeks-indeks tertentu. (Sofiyanti, 2021). Dalam penelitian ini, evaluasi kinerja keuangan dilakukan melalui penggunaan rasio aktivitas yang dihitung dengan menggunakan rumus *Total Assets Turnover*. Menurut (Hutabarat, 2020) rumus *Total Assets Turnover* adalah:

$$\text{Total Asset Turnover} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Total Assets Turnover adalah sebuah rasio yang memberikan indikasi sejauh mana efektivitas suatu perusahaan dalam memanfaatkan semua asetnya untuk menghasilkan tingkat penjualan tertentu (Hutabarat, 2020). Peneliti menggunakan rumus *Total Assets Turnover* untuk membandingkan pendapatan dengan total aset dengan tujuan menilai sejauh mana perusahaan memanfaatkan asetnya dengan baik.

B. Ukuran Perusahaan (X1)

Menurut (Amalia & Khuzaini, 2021) Total aset perusahaan adalah salah satu indikator atau metrik yang dapat digunakan untuk mengukur ukuran atau skala perusahaan (Amalia & Khuzaini, 2021). Untuk menghitung ukuran perusahaan dalam penelitian ini digunakan Logaritma natural (Ln) dari total aset. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa ukuran total aset setiap perusahaan sangat bervariasi, dan bahkan mengarah

pada angka yang ekstrim. Data total aset perlu diLnkan untuk mencegah data yang tidak normal. Dengan pengukuran sebagai berikut:

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln(Total\ Aset)$$

Keterangan :

- Ln : Logaritma natural

Peneliti memilih menggunakan total aset sebagai proksi ukuran perusahaan, karena nilai aset seringkali lebih konstan daripada nilai kapitalisasi pasar dan penjualan.

C. E-Commerce (X2)

Electronic Commerce (E-Commerce) merupakan proses pembelian, penjualan, atau pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan internet pada komputer (Nugraini et al., 2022). Pengukuran *e-commerce* pada penelitian ini menggunakan bantuan variabel *dummy*.

D. Siklus Konversi Kas (X3)

Cash Conversion Cycle (CCC) atau siklus konversi kas adalah jangka waktu yang diperlukan suatu perusahaan untuk menjual persediaan dan menagih piutang kurang dari jangka waktu yang diperlukan untuk membayar hutang (Wang, 2019).

Pengukuran Siklus Konversi Kas

Komponen siklus konversi kas adalah periode konversi persediaan (*Days Inventory Outstanding/DIO*), periode penerimaan piutang (*Days Sales Outstanding/DSO*), periode penangguhan hutang perusahaan (*Days Payable Outstanding/DPO*) (Wiyono, 2018). Menganalisis siklus konversi kas dapat menggunakan susunan komponen-komponen tersebut, yaitu:

$$DIO = \frac{Persediaan \times 360}{Penjualan}$$

$$DSO = \frac{Piutang \times 360}{Penjualan}$$

$$DPO = \frac{Hutang \times 360}{HPP}$$

$$Siklus\ Konversi\ Kas = DIO + DSO - DPO$$

Keterangan :

- DIO : *Days Inventory Outstanding*
- DSO : *Days Sales Outstanding*
- DPO : *Days Payable Outstanding*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	45	25,97	32,82	29,21	1,92
E-Commerce	45	0	1	,56	,50
Siklus Konversi Kas	45	-572,16	60,57	-141,50	183,36
Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)	45	,37	3,16	1,04	,57

Valid N (listwise)	45
--------------------	----

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25

Hasil uji statistik deskriptif di atas menunjukkan bahwa:

1. Penelitian ini menggunakan data sebanyak 45 data. Sampel diambil dari 15 Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021.
2. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai terendah 25,97, nilai tertinggi 32,82, nilai rata-rata 29,21, dan nilai standar deviasi 1,92 yang lebih kecil dari nilai rata-rata, sehingga menunjukkan bahwa terdapat tingkat variasi yang rendah pada ukuran perusahaan.
3. Variabel *E-Commerce* memiliki nilai terendah 0, nilai tertinggi 1, nilai rata-rata 0,56 dan nilai standar deviasi 0,50, yang lebih kecil dari nilai rata-rata, sehingga menunjukkan bahwa terdapat tingkat variasi yang rendah pada *E-Commerce*.
4. Variabel Siklus Konversi Kas memiliki Waktu terpendek (minimum) -572,16 hari, sedangkan waktu terlama (maksimum) 60,57 hari, nilai rata-ratanya -141,50 hari, dan nilai standar deviasinya 183,36 hari, lebih tinggi dari nilai rata-rata, sehingga menunjukkan bahwa terdapat tingkat variasi yang tinggi pada siklus konversi kas.
5. Variabel Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) memiliki nilai terendah 0,37, tertinggi 3,16, nilai rata-rata 1,04, dan nilai standar deviasi 0,57, berada di bawah nilai rata-rata, sehingga menunjukkan bahwa terdapat tingkat variasi yang rendah pada Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,42029608
Most Extreme Differences	Absolute	,125
	Positive	,125
	Negative	-,090
Test Statistic		,125
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25

Hasil uji *kolmogorov-Smirnov* di atas terlihat bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) nilai residual sebesar 0,077 lebih besar dari taraf nyata (α) yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi variabel dependen dan independen terdistribusi secara normal. Sehingga model regresi dapat diterapkan pada penelitian ini.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
	B	Std. Error	Beta				

1 (Constant)	,955	1,049	,910	,368
Ukuran Perusahaan	,017	,037	,055	,448 ,656
E-Commerce	-,198	,139	-,174	-1,427 ,161
Siklus Konversi Kas	,002	,000	,640	5,358 ,000

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25

Pada tabel 4.3 terlihat bahwa Masing- masing variabel bebas yang digunakan memiliki Nilai *Tolerance* di atas 0,10. dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan tidak ada gejala multikolinearitas, maka langkah pengolahan data selanjutnya dapat dilaksanakan.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficientsa		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,306	,641		2,039 ,048
	Ukuran Perusahaan	-,030	,023	-,206	-1,355 ,183
	E-Commerce	-,152	,085	-,269	-1,797 ,080
	Siklus Konversi Kas	,000	,000	,114	,775 ,443

a. Dependent Variable: Abs RES

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa Ukuran Perusahaan (X1) mempunyai nilai signifikan $0,183 > 0,05$, E-Commerce (X2) mempunyai nilai signifikan $0,080 > 0,05$, dan Siklus Konversi Kas (X3) mempunyai nilai signifikan $0,443 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak mengalami masalah heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya lebih besar dari $\alpha = 0,05$.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model		Model Summaryb		
		Adjusted R Square	RStd. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1		,681a	,463	,424 ,4354013 ,967

a. Predictors: (Constant), Siklus Konversi Kas, E-Commerce, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25

Tabel 5 hasil pengujian di atas menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 0,967. Nilai ini berkisar diantara -2 hingga +2. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficientsa		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	,955	1,049		,910 ,368
	Ukuran Perusahaan	,017	,037	,055	,448 ,656
	E-Commerce	-,198	,139	-,174	-1,427 ,161

Siklus Konversi Kas	,002	,000	,640	5,358	,000
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)					
Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25					

Persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

$$KKP = 0,955 + 0,017 UP - 0,198 EC + 0,002 SKK$$

Hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta adalah 0,955, yang menunjukkan bahwa nilai kinerja keuangan perusahaan (TATO) adalah 0,955 satuan, jika variabel untuk Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, dan Siklus Konversi Kas semuanya bernilai 0 satuan.
- Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,017, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Ukuran Perusahaan maka Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) akan naik sebesar 0,017 satuan.
- Variabel *E-Commerce* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,198, yang berarti untuk setiap penurunan satu satuan pada variabel *E-Commerce* maka Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) akan naik sebesar 0,198 satuan.
- Variabel Siklus Konversi Kas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,002, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Siklus Konversi Kas maka Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) akan naik sebesar 0,002 satuan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,681a	,463	,424	,4354013
a. Predictors: (Constant), Siklus Konversi Kas, <i>E-Commerce</i> , Ukuran Perusahaan				
Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25				

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.7 di atas, variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0,424 yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu siklus konversi kas, *e-commerce*, dan ukuran perusahaan mempengaruhi dan dapat menjelaskan kinerja keuangan perusahaan (TATO) sebesar 42,4%. Sedangkan sisanya 57,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parameter Parsial (Uji Sig t)

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,955	1,049		,910	,368
	Ukuran Perusahaan	,017	,037	,055	,448	,656
	<i>E-Commerce</i>	-,198	,139	-,174	-1,427	,161
	Siklus Konversi Kas	,002	,000	,640	5,358	,000
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)						
Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25						

Pengujian hasil uji t pada tabel 4.8 di atas dilakukan dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$) dan t tabel signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan. Sehingga

didapatkan $df = n - k = 45 - 3 = 42$, (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel bebas) dengan nilai t tabel sebesar 2,0181 (lihat lampiran tabel).

Berikut adalah hasil uji t dari tabel 8:

- a. Nilai t hitung variabel Ukuran Perusahaan adalah 0,448, yang nilainya lebih rendah dari nilai t tabel 2,0181, sehingga t hitung $<$ t tabel. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,656 > 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO). **H1: ditolak**
- b. Nilai t hitung variabel *E-Commerce* adalah -1,427, yang nilainya lebih rendah dari nilai t tabel 2,0181, sehingga t hitung $<$ t tabel. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,161 > 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO). **H2: ditolak**
- c. Nilai t hitung variabel Siklus Konversi Kas adalah 5,358, yang nilainya lebih tinggi dari nilai t tabel 2,0181, sehingga t hitung $>$ t tabel. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Siklus Konversi Kas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO). **H3: diterima**

2. Uji Kelayakan Simultan (Uji Sig F)

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,712	3	2,237	11,802	,000b
	Residual	7,773	41	,190		
	Total	14,485	44			

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO)

b. Predictors: (Constant), Siklus Konversi Kas, E-Commerce, Ukuran Perusahaan

Sumber: Diolah oleh Penulis (2023) SPSS 25

Berdasarkan hasil pengujian dari table 4.9 diatas, hasil uji statistik F dapat dilihat dari nilai F statistik dan nilai F tabel dimana $df(n1) = 3$ dan $df(n2) = 41$, sehingga diperoleh nilai F tabel sebesar 2,83. Diketahui Nilai F hitung sebesar 11,802, yang nilainya lebih tinggi dari nilai F tabel 2,83, sehingga F hitung $>$ F tabel. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, dan Siklus Konversi Kas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO). **H4: diterima**

Pembahasan

Hipotesis 1: Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Pengujian hipotesis pertama diperoleh nilai t hitung variabel Ukuran Perusahaan adalah 0,448, yang nilainya lebih rendah dari nilai t tabel 2,0181, sehingga t hitung $<$ t tabel. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,656 > 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi.

Maka hasil penelitian ini memperlihatkan perubahan terkait ukuran perusahaan pada periode pengamatan yaitu selama 2019-2021 tidak berpengaruh pada perubahan tingkat kinerja keuangan perusahaan yang diteliti.

Hipotesis 2 : Pengaruh E-Commerce Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai t hitung variabel *E-Commerce* adalah -1,427, yang nilainya lebih rendah dari nilai t tabel 2,0181, sehingga t hitung $<$ t tabel. Nilai

signifikansi yang diperoleh adalah $0,161 > 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi.

Maka hasil penelitian ini memperlihatkan perubahan pada penggunaan *E-Commerce* pada periode pengamatan yaitu selama 2019-2021 tidak berpengaruh pada perubahan tingkat kinerja keuangan perusahaan yang diteliti.

Hipotesis 3 : Pengaruh Siklus Konversi Kas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai t hitung variabel Siklus Konversi Kas adalah 5,358, yang nilainya lebih tinggi dari nilai t tabel 2,0181, sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Siklus Konversi Kas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi.

Maka hasil penelitian ini memperlihatkan adanya perubahan pada pengelolaan siklus konversi kas pada periode pengamatan yaitu selama 2019- 2021 berpengaruh pada perubahan tingkat kinerja keuangan perusahaan yang diteliti.

Hipotesis 4 : Pengaruh Ukuran Perusahaan, *E-Commerce* dan Siklus Konversi Kas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan

Pengujian hipotesis keempat diperoleh nilai F hitung sebesar 11,802, yang nilainya lebih tinggi dari nilai F table 2,83, sehingga $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, dan Siklus Konversi Kas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri Barang Konsumsi.

Pada uji tersebut terdapat nilai koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted R Square* (R²) sebesar 0,424 yang menunjukkan bahwa ketiga variable independen yaitu siklus konversi kas, *e-commerce*, dan ukuran perusahaan mempengaruhi dan dapat menjelaskan kinerja keuangan perusahaan (TATO) sebesar 42,4%. Sedangkan sisanya 57,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) karena berdasarkan nilai t hitung variabel Ukuran Perusahaan adalah 0,448, yang nilainya lebih rendah dari nilai t tabel 2,0181, sehingga $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,656 > 0,05$.
2. *E-Commerce* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) karena berdasarkan nilai t hitung variabel *E-Commerce* adalah -1,427, yang nilainya lebih rendah dari nilai t tabel 2,0181, sehingga $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,161 > 0,05$.
3. Siklus Konversi Kas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) karena berdasarkan nilai t hitung variabel Siklus Konversi Kas adalah 5,358, yang nilainya lebih tinggi dari nilai t tabel 2,0181, sehingga $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$.
4. Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, dan Siklus Konversi Kas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (TATO) karena berdasarkan

nilai F hitung sebesar 11,802, yang nilainya lebih tinggi dari nilai F tabel 2,83, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$.

Saran

Dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap perusahaan meningkatkan strategi agar volume penjualan meningkat dengan menyeimbangkan total aset yang dimiliki serta memperhatikan modal kerja yang baik secara efisien sehingga menghasilkan kinerja keuangan perusahaan yang positif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian terkait Ukuran Perusahaan, *E-Commerce*, Siklus Konversi Kas, dan Kinerja Keuangan Perusahaan. Peneliti memberikan saran yaitu:

- a. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat yang dapat mendukung hasil penelitian ini, sebaiknya menggunakan alat ukur lain yang lebih menjelaskan bagaimana kinerja keuangan perusahaan yaitu menggunakan rasio profitabilitas dengan rumus *Return On Assets (ROA)*.
- b. Menambah jumlah variabel bebas yang diduga berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan seperti *leverage*, likuiditas, *sales growth*, struktur modal, tata kelola perusahaan dan *corporate Governance* dan memasukkan unsur variabel moderating atau intervening dalam penelitiannya. Pada uji koefisien determinasi didapatkan hasil penelitian sebesar 42,4% yang berarti bahwa sebesar 57,6% faktor lain yang mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.
- c. Menambah periode penelitian dan sampel yang digunakan agar menghasilkan informasi yang lebih akurat.
- d. Memperluas objek penelitian pada sejumlah sektor lainnya agar menyempurnakan hasil penelitian.

REFERENSI

- Adani. (2020). *Kenali Apa itu Marketplace beserta Jenis dan Contoh Penerapannya*.
- Aditya, I. K. D., & Erlina, N. W. A. (2022). *Pengaruh E-Commerce, Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Denpasar)*. April, 149–161.
- Amalia, A. N., & Khuzaini. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Struktur Modal Terhadap Kinerja Keuangan*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–17.
- Cindy, T. (2021). *Pengaruh Siklus Konversi Kas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Nilai Pasar (Studi Pada Industri Barang Dan Konsumsi Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015-2019)*.
- Costa, B. R. D. (2014). *Cash Conversion Cycle across Industries. A Work Project, Presented as Part of the Requirements for the Award of a Masters Degree in Management from the NOVA – School of Business and Economics. School of Business and Economics*.
- Dr. Sudarno, S.Pd., M., Nicholas Ronaldo, S.E., M., & Suyono, S.E., M.. (2022). *Teori Penelitian Keuangan* (M. Andi, S.Kom. (ed.)). CV Literasi Nusantara Abadi.
- Hutabarat, F. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*. Cetakan Pertama. Serang : Desanta Muliavisitama.
- Maryadi, A., & Dermawan, E. S. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Financial Leverage, Dan Liquidity Terhadap Kinerja Keuangan*. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 572.
- Nugraini, T. D., Amin, M., & Junaidi, D. (2022). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Sebelum Dan Sesudah Penerapan E-Commerce (Studi pada Perusahaan yang*

- Tergabung dalam Jakarta Islamic Index (JII) di Bursa Efek Indonesia*). E-Jra, 11(09), 84–92.
- Peranginangin, A. M., & Manurung, A. S. (2020). *Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Pt. Sekar Laut, Tbk*. Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen), 13(2), 1–11.
- Purnata, I. W. R., & Suardikha, I. M. S. (2019). *Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada UKM*. E-Jurnal Akuntansi, 28, 296.
- Rachmatul, N., Maihendri, & Yeasy, D. (2020). *Pengaruh Diversifikasi Usaha, Risiko Bisnis, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. In Sumatera, Jl Karang, Ulak Utara, Padang Syaputra, Riki.
- Sofiyanti, R. (2021). *Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan E- Commerce Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Profit Margin) (Study Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Sektor Perdagangan Dan Restoran Di Kabupaten Lumajang)*. 49, 69–73.
- Subramanyam, K. . (2014). *Financial Statement Analysis*.
- Suryani & Nasri. (2020). *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Sebelum Dan Sesudah Penerapan E- commerce*. Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis 1 (2), 109-118, 2020.
- Sutrisno, Y. A. E., & Riduwan, A. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 11, 1–22.
- Wang, B. (2019). *The cash conversion cycle spread*. *Journal of Financial Economics*, 133(2), Pp. 472–497.
- Website Internet <https://bisnisindonesia.id/> www.idx.co.id
- Windy Yungnata, M. I. M. (2022). *Pengaruh Tata Kelola dan Siklus Konversi Kas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Indonesia*. *Economic, Bussines, and Accounting of Conference Ahmad Dahlan 2* (1), 16–55.
- Wiyono, G. (2018). *Efektifitas Manajemen Siklus Konversi Kas Perusahaan Sektor Aneka Usaha Terdaftar Di Bei*. EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), 1(4), 451–471.
- Yuliasuti, A. T. (2020). *Pengaruh Siklus Konversi Kas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2018*.
- Yusdianto, Y., & Ramadhoni, A. (2022). *Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2015-2021*. Ikraith-Ekonomika, 6(2), 153–161.