

**ANALISIS PERBANDINGAN PENJUALAN ONLINE  
DENGAN PENJUALAN NON ONLINE TERHADAP NET  
PROFIT MARGIN PADA PT. SHOUT NETWORK  
INDONESIA**

**Anita Syafariah<sup>1</sup>**  
Universitas Sangga Buana  
anita.syafariah@usbykpk.ac.id

**Abstract**

*Shout Network Indonesia company, which is a company that sells accessories in the form of hats that are sold online through the website and sold offline. The profit generated by the company so far at PT. Shout Network Indonesia experienced fluctuating developments from January to December 2015. The highest profit was in October 2015 which was Rp. 53,731,969,- and the lowest profit was in September 2015 which was - Rp. 39,177,186,-. The method used in this research is descriptive method and verification method. The descriptive method used to determine the amount of Net Profit Margin and sales at PT. Shout Network Indonesia for the period January-December 2015. The verification method is used to determine the effect or casual form of Net Profit Margin and sales of PT. Shout Network Indonesia for the period January-December 2015.*

*From the results of the hypothesis testing that has been done, the level of significance shown in the column Sig. (2-tailed) in table 1.10 exceeds 0.050 (0.164 > 0.050). It can be said that profitability based on the Net Profit Margin indicator does not have a significant difference between online sales and non-online sales.*

**Keywords:** Sales, Net Profit Margin.

**Abstrak**

Perusahaan Shout Network Indonesia, yaitu perusahaan yang menjual barang accessories yang berupa topi yang dijual secara online melalui website dan dijual secara offline. Profit yang dihasilkan perusahaan selama ini di PT. Shout Network Indonesia mengalami perkembangan secara fluktuatif pada bulan Januari hingga bulan Desember 2015. Profit tertinggi berada pada bulan Oktober 2015 yaitu sebesar Rp. 53.731.969,- dan profit terendah berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar - Rp. 39.177.186,-

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui besarnya Net Profit Margin dan penjualan pada PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015. Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh atau bentuk casual Net Profit Margin dan penjualan PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015.

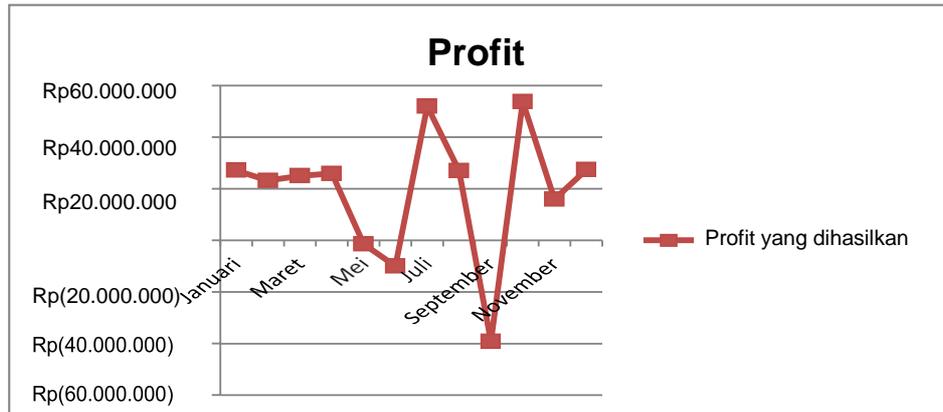
Dari hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan, Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) pada tabel 1.10 melebihi 0,050 (0,164 > 0,050). Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara penjualan online dengan penjualan non online.

**Kata kunci :** Penjualan, Net Profit Margin.



## PENDAHULUAN

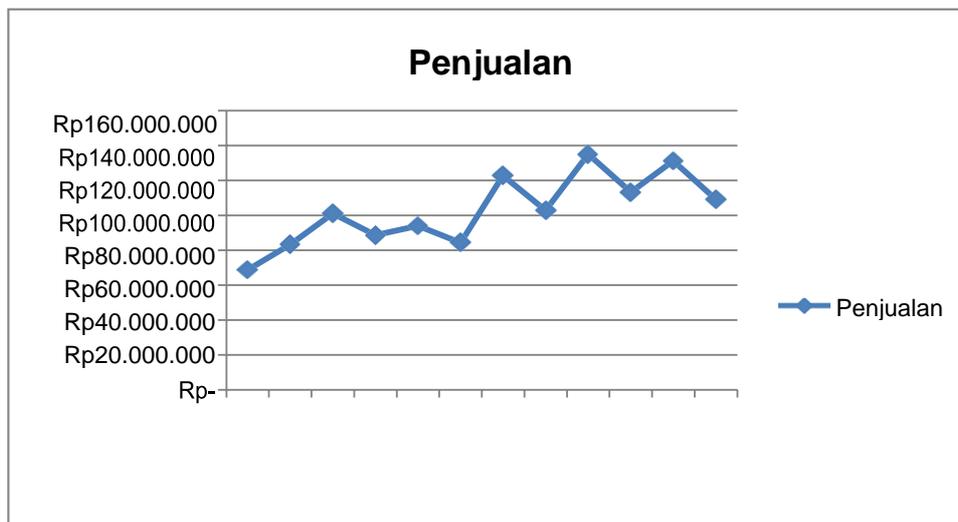
Perusahaan Shout Network Indonesia, yaitu perusahaan yang menjual barang accessories yang berupa topi yang dijual secara online melalui website dan dijual secara offline. Profit yang dihasilkan perusahaan selama ini di PT. Shout Network Indonesia mengalami perkembangan secara fluktuatif pada bulan Januari hingga bulan Desember 2015. Profit tertinggi berada pada bulan Oktober 2015 yaitu sebesar Rp. 53.731.969,- dan profit terendah berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar - Rp. 39.177.186,-.



Grafik 1.1

### Profit PT. Shout Network Indonesia periode Januari – Desember 2015

Sumber : Laporan Laba Rugi PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

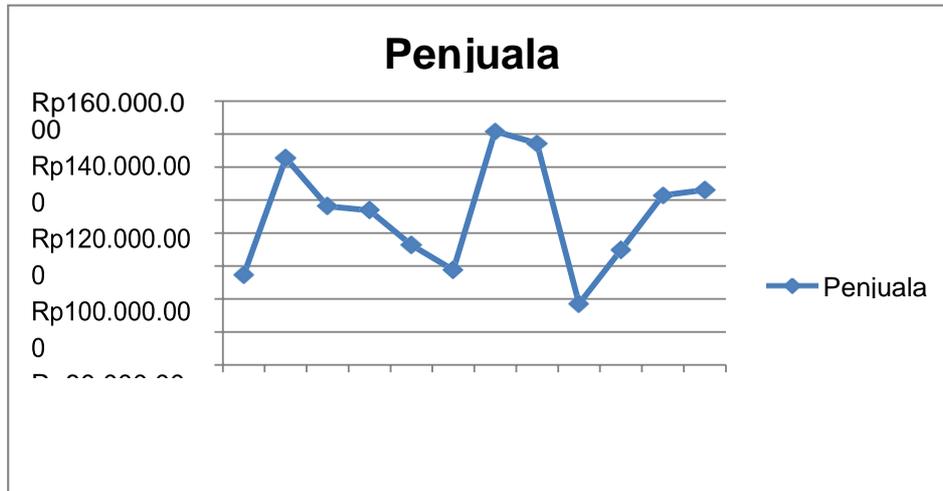


Grafik 1.2

### Penjualan Online PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015

Sumber : Laporan Laba Rugi PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Berdasarkan data grafik diatas dapat dilihat penjualan secara online oleh PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga bulan Desember 2015 setiap bulannya mengalami perkembangan yang berfluktuatif. Penjualan tertinggi berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar Rp. 134.894.550,-, dan profit terendah berada pada bulan Januari 2015 yaitu sebesar Rp. 68.792.750,-.

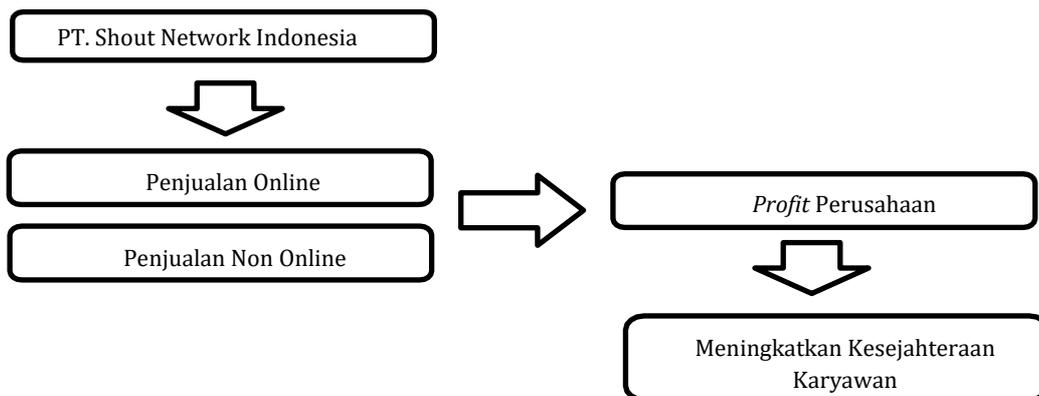


Grafik 1.3

**Penjualan Non Online PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015**

Sumber : Laporan Laba Rugi PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Berdasarkan data grafik diatas dapat dilihat penjualan secara non online oleh PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga bulan Desember 2015 setiap bulannya mengalami perkembangan yang berfluktuatif. Penjualan tertinggi berada pada bulan Juli 2015 yaitu sebesar Rp. 141.428.000,-, dan profit terendah berada pada bulan September 2015 yaitu sebesar Rp. 36.902.000,-. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perbandingan Penjualan Online dengan Penjualan Non Online terhadap Net Profit Margin perusahaan. dibawah ini merupakan gambar dari alur penelitian.



Gambar 1.4 Alur Penelitian

Menurut (S.Harahap, 2015)kinerja keuangan adalah hasil yang dicapai atas berbagai aktivitas yang dilakukan dalam mendayagunakan sumber keuangan. Menurut Jumingan, (2015) rasio dalam analisis laporan keuangan adalah angka yang menunjukkan hubungan antara suatu unsur dengan unsur lainnya dalam laporan keuangan. Menurut Dwi & Juliaty, (2010) mengatakan bahwa analisis keuangan adalah suatu proses yang penuh pertimbangan dalam rangka membantu mengevaluasi posisi keuangan dan hasil operasi perusahaan pada masa sekarang dan masa lalu, dengan tujuan utama untuk menentukan estimasi dan prediksi yang paling mengenai kondisi dan kinerja perusahaan pada masa mendatang. Berdasarkan

pengertian para ahli terkait dengan perbandingan rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Kasmir (2014) yang meliputi (1) perbandingan horizontal merupakan perbandingan yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan dari beberapa periode, menggambarkan informasi perusahaan yang sama tetapi untuk periode waktu yang berbeda. (2) perbandingan vertikal merupakan perbandingan yang dilakukan hanya satu periode laporan keuangan saja, menggambarkan hubungan pos pos laporan keuangan atau kondisi untuk satu periode saja sehingga tidak dapat mengetahui perkembangan kondisi perusahaan dari periode yang satu ke periode berikutnya. Dalam analisis perbandingan vertikal menggunakan analisis laporan keuangan.

Rasio Net profit margin di sebut juga dengan rasio penjualan. Beberapa pengertian net profit margin menurut para ahli diantaranya, mengenai profit margin ini Shim et al., (2020) mengatakan margin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi dengan penjualan bersih (Fahmi, 2014) Ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Dengan memeriksa margin laba dan norma industri sebuah perusahaan pada tahun-tahun sebelumnya, kita dapat menilai efisiensi operasi dan strategi penetapan harga serta status persaingan perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri tersebut. Sebuah perusahaan akan di anggap baik apabila net profit marginya tinggi atau mendekati nilai penjualan yang mereka targetkan. Di samping itu menurut Kasmir (2012) net profit margin adalah ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dan pejualan. Menurut (S.Harahap, 2015) menyatakan net profit margin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat volume usaha tertentu sebagai tingkat efisiensi yang ada di perusahaan.

## **LITERATUR**

### **Laporan Keuangan**

Menurut Kasmir, (2017) laporan yang menunjukkan kondisi keuangan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Sedangkan menurut Harahap (2011) laporan keuangan adalah laporan keuangan yang menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Dengan melihat laporan keuangan suatu perusahaan akan tergambar didalamnya aktivitas perusahaan tersebut. Laporan keuangan perusahaan merupakan hasil dari suatu proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk komunikasi dan juga digunakan sebagai alat pengukur kinerja perusahaan. Menurut Wijarnarto & Nurhidayati, (2016) menyatakan bahwa laporan keuangan pada dasarnya hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat ukur mengkomunikasikan data keuangan atau aktivitas perusahaan kepada pihak pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan dijadikan sebagai salah satu alat pengambilan keputusan yang andal dan bermanfaat, sebuah laporan keuangan haruslah memiliki kandungan informasi yang bernilai tinggi bagi penggunaanya (Wintoro, 2008).

### **Analisis Laporan Keuangan**

Menurut Harmono (2009) analisis laporan keuangan merupakan alat analisis bagi manajemen keuangan perusahaan yang bersifat menyeluruh, dapat digunakan untuk mendeteksi atau mendiagnosis kondisi keuangan pada saat ini atau dalam suatu periode tertentu. Menurut (S.Harahap, 2015) menyatakan bahwa analisis laporan keuangan menguraikan pos pos laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan yang mempunyai makna antar satu dengan yang lain baik antara data kondisi keuangan maupun non keuangan yang bertujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam dan sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat.

## Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan untuk mengetahui posisi keuangan suatu perusahaan serta menilai kinerja manajemen dalam suatu periode tertentu. Menurut Van Horne & Wachowicz Jr, (2012) definisi rasio keuangan merupakan indeks yang menghubungkan dua angka akuntansi dan diperoleh dengan membagi satu angka dengan angka lainnya. Rasio keuangan digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan dan kinerja perusahaan. Menurut Harahap (2013) Rasio keuangan adalah angka yang diperoleh dari hasil perbandingan dari suatu pos laporan keuangan dengan pos lainnya yang mempunyai hubungan yang relevan dan signifikan. Kemudian angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode. Rasio keuangan sangat penting dalam melakukan analisis terhadap kondisi keuangan perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Hasil Penelitian secara Deskriptif

Metode deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi Penjualan pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015 dan perkembangan laba yang dihasilkan dilihat dari Profitabilitas tahun 2015.

Berikut ini adalah tabel Penjualan secara menyeluruh baik penjualan online maupun penjualan non online PT. Shout Network Indonesia periode Januari-Desember 2015 ;

**Tabel 1.1**  
**Laporan Penjualan Online dan Non Online**  
**PT. Shout Network Indonesia Tahun 2015**

No	Bulan	Penjualan	Laba setelah Pajak	NPM	%
1	Januari	123,303,750.00	27,069,218.56	0.219532809	22%
2	Februari	208,548,750.00	23,163,960.78	0.111072163	11%
3	Maret	197,076,250.00	24,970,761.20	0.126706091	13%
4	April	182,147,500.00	25,890,876.33	0.142142364	14%
5	Mei	166,352,100.00	-1,422,905.84	0.008553579	-1%
6	Juni	141,706,500.00	-9,971,403.98	0.070366596	-7%
7	Juli	264,043,750.00	51,949,214.85	0.196744725	20%
8	Agustus	236,896,050.00	26,944,516.22	0.113739829	11%
9	September	171,796,550.00	-39,177,185.66	0.228044077	23%
10	Oktober	182,673,500.00	53,731,969.13	0.129347918	13%
11	November	233,670,250.00	15,892,257.77	0.068011472	7%
12	Desember	214,928,500.00	27,367,513.09	0.127333104	13%
		2,323,143,450.00	199,464,276.23	0.927666224	93%

Sumber : Laporan Laba Rugi pada PT. Shout Network Indonesia tahun 2015.

Dari tabel 1.1 diatas menunjukkan pendapatan penjualan dan Net Profit Margin secara keseluruhan selama periode Januari - Desember 2015. Adapun pendapatan penjualan tersebut terbagi dalam 2 (dua) kelompok system penjualan yaitu penjualan secara online dan penjualan secara non online. *Perkembangan Penjualan Online Periode Januari-Desember 2015, Berikut adalah tabel Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu :*

**Tabel 1.2**  
**Laporan Penjualan Online PT. Shout Network Indonesia Tahun 2015**

No	Bulan	Penjualan	Perkembangan
1	Januari	Rp 68.792.750	
2	Februari	Rp 83.251.500	Rp 14.458.750
3	Maret	Rp 101.025.250	Rp 17.773.750
4	April	Rp 88.592.000	Rp (12.433.250)
5	Mei	Rp 93.826.000	Rp 5.234.000
6	Juni	Rp 84.341.000	Rp (9.485.000)
7	Juli	Rp 122.615.750	Rp 38.274.750
8	Agustus	Rp 102.757.550	Rp (19.858.200)
9	September	Rp 134.894.550	Rp 32.137.000
10	Oktober	Rp 113.123.000	Rp (21.771.550)
11	November	Rp 130.975.250	Rp 17.852.250
12	Desember	Rp 109.050.500	Rp (21.924.750)
	Tertinggi	Rp 134.894.550	Rp 38.274.750
	Terendah	Rp 68.792.750	Rp (21.924.750)
	Rata - rata	Rp 102.770.425	Rp 3.659.795

Sumber : Laporan Laba Rugi Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Tabel 1.2 menunjukkan data perkembangan Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan penjualan pada tabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan September 2015 yaitu sebesar Rp. 134.894.550,- dengan perkembangan penjualan sebesar Rp. 38.274.750,- . Ini terjadi karena pada bulan Juli 2015 strategi pemasaran yang digunakan adalah membuat program games yang hadiahnya mendapatkan voucher potongan harga untuk pembelian topi, dan ada event kolaborasi yang diselenggarakan oleh sebuah EO yang mengakibatkan pembelian topi dan merchandise yang lain dalam jumlah yang banyak.
2. Penjualan terendah terjadi pada bulan Januari 2015 yaitu sebesar Rp. 68.792.750,-, dengan perkembangan penjualan terendah terjadi pada bulan Desember yaitu sebesar - Rp. 21.924.750,-. Ini disebabkan oleh banyak nya kompetitor topi yang sama yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas produk yang berbeda dan tidak terlaksananya sebagian program games yang sudah dibuat untuk menarik minat konsumen karena batas waktu games yang sudah berakhir pada bulan tersebut.
3. Rata-rata penjualan online pada tahun 2015 sebesar Rp. 102.770.425,-, dengan perkembangan penjualan rata-rata online pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 3.659.795,-

### Perkembangan Net Profit Margin Online Periode Januari-Desember 2015

Berikut adalah tabel Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu :

**Tabel 1.3**  
**Net Profit Margin online pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015**

No	Bulan	Net Profit Margin	Perkembangan
1	Januari	0,062930705	
2	Februari	0,130011438	0,07
3	Maret	0,250696112	0,12
4	April	0,235764956	-0,01
5	Mei	0,106751048	-0,13

No	Bulan	Net Profit Margin	Perkembangan
6	Juni	0,076692629	-0,03
7	Juli	0,210569777	0,13
8	Agustus	0,254566498	0,04
9	September	0,110352895	-0,14
10	Oktober	0,133056639	0,02
11	November	0,251714722	0,12
12	Desember	0,129786442	-0,12
	Tertinggi	0,25	0,13
	Terendah	0,06	-0,14
	Rata - rata	0,16	0,01

Sumber : Laporan Laba Rugi Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015

Tabel 1.3 menunjukkan data perkembangan Profitabilitas pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan Net Profit Margin pada tabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Net profit Margin tertinggi terjadi pada bulan Agustus yaitu sebesar 0,25457 atau 25%, dengan perkembangan Net profit Margin sebesar 0,13 atau 13%. Ini terjadi karena penjualan lebih banyak dari biasanya dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada bulan tersebut lebih sedikit, karena untuk PO order bahan yang digunakan sudah dikeluarkan pada bulan sebelumnya.
2. Net Profit Margin terendah terjadi pada bulan Januari yaitu sebesar 0,06293 atau 6%, dengan perkembangan Net Profit Margin sebesar - 0,14 atau 14%. Ini terjadi karena penjualan yang lebih kecil dari bulan- bulan yang lain.
3. Rata-rata Net Profit Margin pada tahun 2015 sebesar 0,16274 atau 16%, dengan perkembangan rata-rata Net Profit Margin adalah sebesar 0,01 atau 1%.

Jatmiko, (2018) dalam penelitiannya membuktikan bahwa net profit margin (NPM) berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang memiliki rasio Net Profit Margin (NPM) yang tinggi cenderung memiliki pertumbuhan laba yang lebih tinggi pula dan sebaliknya. baik buruknya manajemen tetangga dalam melaksanakan pengendalian biaya atau pengelolaan harta miliknya. Pengaruh Pendapatan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Pertumbuhan Net Profit Margin (NPM) yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan usahanya melalui pencapaian laba operasi pada periode tersebut. Dengan tercapainya laba tersebut, investor akan mendapatkan gambaran yang positif tentang kinerja perusahaan sehingga investor dapat mengharapkan return yang tinggi atas ekuitasnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pertumbuhan laba juga akan meningkat. Perkembangan Penjualan Non Online Periode Januari – Desember 2015. Berikut adalah tabel Penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu

**Tabel 1.4**  
**Penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015**

No	Bulan	Penjualan	Perkembangan
1	Januari	Rp 54.511.000	
2	Februari	Rp 125.297.250	Rp 70.786.250
3	Maret	Rp 96.051.000	Rp (29.246.250)
4	April	Rp 93.555.500	Rp (2.495.500)
5	Mei	Rp 72.526.100	Rp (21.029.400)
6	Juni	Rp 57.365.500	Rp (15.160.600)
7	Juli	Rp 141.428.000	Rp 84.062.500
8	Agustus	Rp 134.138.500	Rp (7.289.500)
9	September	Rp 36.902.000	Rp (97.236.500)
10	Oktober	Rp 69.550.500	Rp 32.648.500
11	November	Rp 102.695.000	Rp 33.144.500

No	Bulan	Penjualan	Perkembangan
12	Desember	Rp 105.878.000	Rp 3.183.000
	Tertinggi	Rp 141.428.000	Rp 84.062.500
	Terendah	Rp 36.902.000	Rp (97.236.500)
	Rata – rata	Rp 90.824.863	Rp 4.669.727

Sumber : Laporan Laba Rugi Penjualan Non Online pada PT. Shout Network Indonesia tahun 2015

Tabel 1.4 menunjukkan data perkembangan Penjualan Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan penjualan pada tabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juli yaitu sebesar Rp. 141.428.000,-, dengan perkembangan penjualan sebesar Rp. 84.062.500,-. Ini terjadi karena pada bulan sebelumnya marketing memperkenalkan produknya kepada brand-brand baru, sehingga pada bulan tersebut brand baru langsung meminta dibuatkan sample dan pada akhirnya langsung memesan yang mengakibatkan penjualan pada bulan Juli meningkat.
2. Penjualan terendah terjadi pada bulan September yaitu sebesar Rp. 36.902.000,-, dengan perkembangan penjualan sebesar Rp. (97.236.500). Ini diakibatkan oleh pemesanan topi yang sedikit karena marketing cukup sulit memperkenalkan produk dan brand yang sudah ada masih mempunyai persediaan topi yang mereka beli pada bulan Juli 2015.
3. Rata-rata penjualan non online pada tahun 2015 adalah sebesar Rp. 90.824.863,- dengan rata-rata perkembangan penjualan sebesar Rp. 4.669.727,-.

#### Perkembangan Net Profit Margin Non Online Periode Januari–Desember 2015

Berikut adalah tabel Net Profit Margin non online pada PT. Shout Network Indonesia, yaitu:

**Tabel 1.5**

#### Net Profit Margin non online pada PT. Shout Network Indonesia,

No	Bulan	Net Profit Margin	Perkembangan
1	Januari	0,417164289	
2	Februari	0,098488305	-0,32
3	Maret	-0,003705071	-0,10
4	April	0,053486832	0,06
5	Mei	-0,157721563	-0,21
6	Juni	-0,286578814	-0,13
7	Juli	0,184758632	0,47
8	Agustus	0,005858767	-0,18
9	September	-1,465047685	-1,47
10	Oktober	0,556145576	2,02
11	November	-0,166280162	-0,72
12	Desember	0,124806259	0,29
	Tertinggi	0,56	2,02
	Terendah	-1,47	-1,47
	Rata – rata	-0,05	-0,03

Sumber: Laporan Laba Rugi Penjualan Non Online pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015

Tabel 1.5 menunjukkan data perkembangan Net Profit Margin pada PT. Shout Network Indonesia selama tahun 2015. Penjelasan mengenai perkembangan Net Profit Margin pada tabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Net Profit Margin tertinggi terjadi pada bulan Oktober yaitu sebesar 0,55615 atau 56%, dengan perkembangan Net Profit Margin sebesar 2,02 atau 202%. Ini terjadi karena penjualan pada bulan Oktober cukup banyak dan biaya-biaya yang dikeluarkan pada bulan Oktober lebih sedikit dibandingkan pada bulan-bulan lain pada tahun 2015 di PT. Shout Network Indonesia.
2. Net Profit Margin terendah terjadi pada bulan September yaitu sebesar - 1,465 atau - 147%. Ini terjadi karena penjualan pada bulan September lebih kecil dari bulan-bulan lain

pada tahun 2015. Biaya yang dikeluarkan pada bulan September cukup besar, biaya yang dikeluarkan adalah untuk PO bahan yang dibutuhkan produksi untuk penjualan bulan berikutnya.

3. Rata-rata Net Profit Margin pada tahun 2015 sebesar -0,0532 atau -5%, dengan rata-rata perkembangan Net Profit Margin sebesar -0,03 atau -3%.

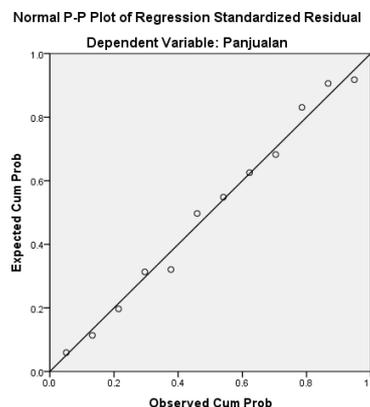
### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, nilai residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Model yang baik adalah model yang memberikan nilai residual yang memenuhi asumsi normalitas yaitu nilai  $\text{sig} > \alpha$  (taraf signifikansi = 0,05). Berikut adalah uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22.0 for windows pada one sample Kolmogorov-Smirnov :

**Table 1.6**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	30164195.81
		334719
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.092
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel 1.6 Dapat dilihat bahwa nilai variabel profitabilitas dan Unstandardized Residual dalam asymp.sig.(2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), variabel penjualan dalam asymp.sig. (2-tailed) sebesar 0,104 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ( $0,104 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa data sampel berdistribusi normal. Selain dengan menggunakan tabel uji Kolmogorov-Smirnov uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan grafik normal p-p plot of regression standardized residual, berikut hasil uji menggunakan grafik :



**Grafik 1.1** Grafik Normal P-P Plot of regression

Sumber : SPSS 20.00 for windows

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Korelasi

Berdasarkan hasil analisis perbedaan yang telah dijelaskan sebelumnya, telah diketahui bahwa PT. Shout Network Indonesia mengalami penurunan Net Profit Margin setelah melakukan penjualan non online. Tetapi belum diketahui secara pasti apakah penjualan online dan non online memiliki korelasi terhadap penurunan Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia. Pengujian korelasi dilakukan untuk mengetahui hal tersebut. Berikut hasil analisisnya ;

#### 1. Uji korelasi penjualan online terhadap NPM :

**Tabel 1.7 Correlations**

		Online	NPM
Online	Pearson Correlation	1	.382
	Sig. (2-tailed)		.221
	N	12	12
NPM	Pearson Correlation	.382	1
	Sig. (2-tailed)	.221	
	N	12	12

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Korelasi atau hubungan antara penjualan online dengan tingkat Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia pada tabel 1.7 ditunjukkan pada kolom yang mempertemukan Net Profit Margin dengan penjualan online. Dapat dilihat bahwa koefisien korelasi penerapan penjualan online terhadap Net Profit Margin adalah 0,382. Berdasarkan klasifikasi interpretasi korelasi menurut Sugiyono dalam Priyatno (2014:123), koefisien tersebut berada pada kisaran 0,200 s/d 0,399. Kisaran tersebut diinterpretasikan sebagai korelasi positif yang lemah. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan online memiliki korelasi positif yang lemah terhadap Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia.

#### 2. Uji Korelasi penjualan non online terhadap NPM :

**Tabel 1.8 Correlations**

		Nononline	NPM
Nononline	Pearson Correlation	1	.421
	Sig. (2-tailed)		.173
	N	12	12
NPM	Pearson Correlation	.421	1
	Sig. (2-tailed)	.173	
	N	12	12

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Korelasi atau hubungan antara penjualan non online dengan tingkat Net Profit Margin PT. Shout Network Indoensia pada tabel 1.8 ditunjukkan pada kolom yang mempertemukan Net Profit Margin dengan penjualan non online. Dapat dilihat bahwa koefisien korelasi penerapan penjualan non online terhadap Net Profit Margin adalah 0,421. Berdasarkan klasifikasi intepretasi korelasi menurut Sugiyono, (2012), koefisien tersebut berada pada kisaran 0,400 s/d 0,599. Kisaran tersebut diintepretasikan sebagai korelasi positif yang sedang. Jadi dapat disimpulkan bahwa penjualan non online memiliki korelasi positif yang sedang terhadap Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia.

### Uji Hipotesis

Perbandingan tingkat profitabilitas PT. Shout Network Indonesia pada penjualan online dan non online dianalisis dengan menggunakan paired samples t test. Analisis ini merupakan jenis teknik analisis komparatif (uji beda) yang relevan digunakan untuk mengetahui perbedaan profitabilitas Net Profit Margin pada penjualan online dan non online. Analisis ini dengan membandingkan rata-rata Net Profit Margin, kemudian menganalisis lebih jauh perbedaan tersebut dengan menguji signifikansi perbedaanya. Berikut hasil analisisnya.

**Tabel 1.9**  
**Paired Samples Statistics**

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Online	.1627	12	.07261	.02096
	Nononline	-.0532	12	.50386	.14545

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Tabel 1.9 diuraikan mengenai rata-rata Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia pada penjualan online dan non online dengan periode ukur januari 2015 sampai dengan Desember 2015. Dapat dilihat pada tabel tersebut, rata-rata Net Profit Margin pada penjualan online periode Januari 2015 sampai dengan Desember 2015 adalah 0,1627 atau 16,3%, sedangkan pada penjualan non online pada periode Januari-Desember 2015 memiliki rata-rata Net Profit Margin sebesar -0,0532 atau -5,3%. Angka tersebut memiliki selisih yang dapat dikatakan sangat besar. Uraian mengenai hasil analisis atas selisih rata-rata tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.10**  
**Paired Samples Test**

		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
					Lower	Upper			
Pair 1	Online - Nononline	.21596	.50135	.14473	-.10258	.53450	1.492	11	.164

Sumber : Output SPSS V22, 2017

Dari tabel 1.10 dapat dilihat Net Profit Margin pada penjualan online dan non online memiliki selisih rata-rata sebesar 0,216 atau sebesar 21,6%. Artinya PT. Shout Network Indonesia mengalami penurunan Net Profit Margin dengan rata-rata penurunan sebesar 21,6%. Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dikatakan tidak memiliki perbedaan karena tingkat signifikansinya atau p-value melebihi 0,050. Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) diatas melebihi 0,050 ( $0,164 > 0,050$ ) sehingga  $H_0$  ditolak. Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas PT. Shout Network Indonesia tidak mengalami penurunan yang signifikan apabila menerapkan penjualan non online.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Net Profit Margin online PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015 bergerak secara fluktuatif. Net Profit Margin pada bulan Januari 2015 sebesar 6% kemudian terus naik hingga mencapai tertinggi yakni 25% pada bulan Maret 2015 kemudian turun pada bulan September sebesar 11% dan naik lagi hingga bulan November 2015 kemudian turun lagi di bulan Desember 2015. Tetapi secara keseluruhan Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga Desember 2015 memiliki tren positif.

Net Profit Margin non online PT. Shout Network bergerak secara fluktuatif. NPM pada bulan Januari 2015 sebesar 42% kemudian turun sampai 0% pada bulan April 2015, pada bulan Mei naik sebesar 5% dan terus turun sampai dengan -29% pada bulan Juni 2015. Pada bulan Juli naik menjadi 18% kemudian turun sampai dengan -147% pada bulan September 2015, kemudian naik sebesar 56% yang merupakan NPM tertinggi selama tahun 2015 pada bulan Oktober 2015 dan turun kembali pada bulan November 2015 sebesar -17% dan naik kembali pada bulan Desember 2015 sebesar 12%. Secara keseluruhan pada penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia ini mengalami tren negatif.

Dari hasil uji hipotesis yang sudah dilakukan, Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) pada tabel 4.10 melebihi 0,050 ( $0,164 > 0,050$ ). Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara penjualan online dengan penjualan non online. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas PT. Shout Network Indonesia tidak akan mengalami kenaikan yang signifikan dengan menerapkan penjualan online ataupun penjualan non online.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan pada Penjualan Online dengan Penjualan non Online pada PT Shout Network Indonesia periode Januari – Desember 2015, maka pada akhir penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Net Profit Margin penjualan online pada PT. Shout Network Indonesia pada tahun 2015 bergerak secara fluktuatif. Net Profit Margin pada bulan Januari 2015 sebesar 6% kemudian terus naik hingga mencapai tertinggi yakni 25% pada bulan Maret 2015 kemudian turun pada bulan September sebesar 11% dan naik lagi hingga bulan November 2015 kemudian turun lagi di bulan Desember 2015. Tetapi secara keseluruhan Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dari bulan Januari hingga Desember 2015 memiliki tren positif.
2. Net Profit Margin penjualan non online PT. Shout Network bergerak secara fluktuatif. Net Profit Margin pada bulan Januari 2015 sebesar 42% kemudian turun sampai 0% pada bulan April 2015, pada bulan Mei naik sebesar 5% dan terus turun sampai dengan -29% pada bulan Juni 2015. Pada bulan Juli naik

menjadi 18% kemudian turun sampai dengan -147% pada bulan September 2015, kemudian naik sebesar 56% yang merupakan Net Profit Margin tertinggi selama tahun 2015 pada bulan Oktober 2015 dan turun kembali pada bulan November 2015 sebesar -17% dan naik kembali pada bulan Desember 2015 sebesar 12%. Secara keseluruhan pada penjualan non online pada PT. Shout Network Indonesia ini mengalami tren negatif.

3. Hasil pengujian hipotesis mengenai Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan pada Penjualan Online dengan Penjualan non Online pada PT. Shout Network Indonesia periode Januari – Desember 2015 bahwa NPM pada penjualan online dan non online memiliki selisih rata-rata sebesar 0,216 atau sebesar 21,6%. Artinya PT. Shout Network Indonesia mengalami penurunan Net Profit Margin dengan rata-rata penurunan sebesar 21,6%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa Net Profit Margin PT. Shout Network Indonesia dikatakan tidak memiliki perbedaan karena tingkat signifikansinya atau p-value melebihi 0,050. Tingkat signifikansi yang ditunjukkan pada kolom Sig. (2-tailed) diatas melebihi 0,050 (0,164>0,050). Dapat dikatakan bahwa profitabilitas berdasarkan indicator Net Profit Margin tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas PT. Shout Network Indonesia tidak akan mengalami kenaikan yang signifikan dengan menerapkan penjualan online ataupun penjualan non online.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dwi, P., & Juliaty, R. (2010). *Analisis Laporan Keuangan: Konsep dan Aplikasi (Edisi Kedua)*.
- Fahmi, I. (2014). Pengantar Manajemen Keuangan: Teori dan Soal Jawab. In *Alfabeta*.
- Harmono. (2009). Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis. In *Manajemen Keuangan*.
- Jatmiko, L. (2018). PENGARUH TINGKAT KESEHATAN KEUANGAN TERHADAP LABA PERUSAHAAN ASURANSI (Studi Kasus Pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *Skripsi Thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.
- Jumingan. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Perencanaan Strategik dan Kinerja Finansial pada Bank Perkreditan Rakyat Di Jawa Tengah. *Faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan*.
- Kasmir. (2014). Analisis Laporan Keuangan, Edisi Satu, Cetakan Ketujuh. *Raja Grafindo Persada*.
- Kasmir. (2017). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi. *PERANAN LAPORAN KEUANGAN DALAM KEBIJAKSANAAN PEMBERIAN KREDIT KEPADA CALON NASABAH PADA PT. BPR BATANG KAPAS*.
- Marzuki, C., Arikunto, S., & Nazir, M. (2009). Metode penelitian. *Statistik Deskriptif*.
- S.Harahap. (2015). Analisis Kritis atas Laporan Keuangan Jakarta PT. Raja Grafindo Persada. *The Indonesian Accounting Review*.
- Shim, J. K., Qureshi, A. A., Siegel, J. G., & Siegel, R. M. (2020). —Taxation of E-Commerce. In *The International Handbook of Electronic Commerce*. <https://doi.org/10.4324/9781315063218-18>

- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.  
*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.*  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Van Horne, J. C., & Wachowicz Jr, J. M. (2012). Prinsip- Prinsip Manajemen Keuangan, Fundamental of Financial Management. In *Salemba 4*.
- Wijarnarto, H., & Nurhidayati, A. (2016). Pengaruh Rasio Keuangan.....(Hery & Anik) 117. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Wintoro, D. (2008). Dampak Inovasi Pemasaran Terhadap Struktur Modal Dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*.