

PROFITABILTY MANAGEMENT ANALYSIS IN BUSINESS STRATEGY AT PT UNILEVER INDONESIA TBK

Hardy Benry Simbolon¹, Daniel Hasibuan²

Program Studi Sistem Informasi, STMIK Jayakarta

hardysimbolon@stmik.jayakarta.ac.id

daniel@stmik.jayakarta.ac.id

Abstract : In accordance with the concept of doing business, the main goal that the company wants to achieve when it is established is to obtain maximum profit or profit. Company profits and other information can be seen from the financial reports that the company regularly produces. However, this information will only be meaningful if the information in the form of numbers is then compared and analyzed for its value. PT Unilever Indonesia Tbk, which is a leading company in Indonesia which is engaged in the consumer goods industry, certainly has financial reports that are used by many parties. In addition, the condition and financial performance of the company, which has many household products, is certainly affected by the SARS-CoV-2 virus, which has been the cause of the pandemic in the world. In this study, the authors describe a simple analysis of the profitability ratio of PT Unilever Indonesia Tbk to measure the level of company profits and determine the company's ability to seek profit. This ratio is important for users of company financial reports to know, especially investors, so that they can find out the company's management performance during the time of the COVID-19 pandemic.

Keywords: financial ratios, profitability ratios, ratio analysis,

Abstrak: Sesuai dengan konsep dalam berbisnis, tujuan utama yang ingin dicapai oleh perusahaan saat berdiri adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Laba perusahaan dan informasi lainnya dapat dilihat dari laporan keuangan yang secara rutin dibuat oleh perusahaan. Namun, informasi tersebut hanya akan menjadi berarti apabila informasi berupa angka-angka tersebut kemudian dibandingkan dan dianalisis nilainya. PT Unilever Indonesia Tbk yang merupakan perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak dalam bidang industri consumer goods ini tentunya memiliki laporan keuangan yang digunakan oleh banyak pihak. Selain itu, kondisi dan kinerja keuangan perusahaan yang banyak memiliki produk rumah tangga ini juga tentu dipengaruhi oleh virus SARS-CoV-2 yang selama ini menjadi penyebab pandemi di dunia. Dalam penelitian ini, penulis menjabarkan analisis sederhana rasio profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan dan mengetahui kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini penting untuk diketahui oleh para pengguna laporan keuangan perusahaan terutama para investor untuk dapat mengetahui kinerja manajemen perusahaan dalam rentang waktu semasa pandemi COVID-19 ini.

Kata-kata Kunci: rasio keuangan, rasio profitabilitas, analisis rasio,

I. PENDAHULUAN

Pengetahuan dan aplikasi manajemen bisnis mempengaruhi kinerja bisnis, faktor demografi memengaruhi literasi keuangan UMK ekonomi kreatif, dan literasi keuangan terbukti mempengaruhi kinerja bisnis UMK ekonomi kreatif meskipun pengaruhnya tidak kuat. Artinya bahwa kinerja keuangan tidak hanya ditentukan oleh literasi keuangan tetapi oleh faktor lain yang masih harus dikaji lebih lanjut. (Jati, 2017).



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Umumnya tujuan dari strategi dalam bersaing dengan melihat pada tujuan yang ingin dicapai perusahaan adalah mendapatkan posisi yang kuat dalam bersaing dalam industri sejenis. Jika dilihat dari sifat strategis yang identik dengan strategi manajemen, strategi bersaing dapat dirumuskan sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang dijabarkan dalam bentuk perumusan dan penerapan rencana yang dibuat, untuk mencapai sasaran perusahaan. (Alianto, 2011)

Menurut (Amilin, 2019), tujuan akhir perusahaan adalah memperoleh laba maksimal. Keuntungan sebuah perusahaan dapat dilihat dari laporan laba ruginya, yang mana merupakan komponen dari sebuah laporan keuangan. Laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas (PSAK 1, 2015). Laporan keuangan menyajikan informasi seperti aset, liabilitas, ekuitas serta pendapatan dan beban entitas selama satu tahun periode. Informasi tersebut kemudian dihimpun dalam beberapa komponen laporan keuangan yaitu neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas dan berbagai laporan dan catatan lainnya. Sementara itu, untuk suatu periode pelaporan keuangan yang lebih pendek daripada satu tahun buku penuh atau yang disebut dengan periode interim (PSAK 3, 2016), maka informasi tersebut dapat dihimpun ke dalam suatu laporan keuangan ringkas yaitu laporan keuangan interim. Informasi dalam laporan keuangan tersebut kemudian akan menjadi berarti apabila kemudian dianalisis untuk dapat digunakan oleh penggunaannya dalam pembuatan keputusan ekonomi. Adanya latar belakang masalah berupa kondisi pandemi yang terjadi dan pentingnya informasi dalam suatu laporan keuangan membuat penulis tertarik untuk melakukan analisis laporan keuangan interim ini.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola perubahan atas hasil dari perhitungan rasio atas data laporan keuangan PT Unilever Indonesia Tbk selama beberapa periode interim pada masa pandemi COVID-19 tahun 2020 dan untuk mengetahui kondisi keuangan maupun kinerja manajemen selama beberapa periode interim tersebut ditinjau dengan menggunakan rasio profitabilitas. Oleh karena itu, untuk dapat menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian, penulis melakukan penelitian ini dengan menghitung rasio profitabilitas PT Unilever Indonesia Tbk sesuai dengan data yang ada pada laporan keuangan interim unaudited perusahaan tahun 2020. Laporan keuangan interim tersebut terbagi menjadi tiga periode interim, yaitu laporan keuangan interim untuk periode tiga bulan yang berakhir pada 31 Maret 2020, periode enam bulan yang berakhir pada 30 Juni 2020, dan periode sembilan bulan yang berakhir pada 30 September 2020, yang merupakan periode interim pelaporan keuangan untuk merepresentasikan kondisi keuangan perusahaan pada masa pandemi COVID-19 tahun 2020 ini.

II. LITERATURE REVIEW

Menurut (A.Pearce, John II, Richard B.Robinson, 2014) Perencanaan strategi bahwa strategi jangka panjang diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generi yaitu: 1. Mengejar untuk mencapai biaya rendah (overall Cost Leadership) dalam industri. Untuk pengendalian biaya dalam overall cost leadership dilakukan efisiensi biaya yang dapat diperoleh dari memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya everhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, service, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya. 2. Mengejar untuk mencaiptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (differentiation). Differensiasi dapat dilakukan melalui dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus, service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan dalam menggunakan differensiasi selain laba di atas rata-rata adalah kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk differensiasi menciptakan hambatan masuk yang tinggi dan posisi terhadap produk pengganti juga tinggi. 3. Mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri. Memfokuskan (focusting) pada biaya atau diferensiasi.

Kata Manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno "ménagement", yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengkoordinasian (actuating), dan pengontrolan (controlling) sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. (Rulhudana, 2015)

Fungsi manajemen merupakan elemen yang mendasar bagi para manajer dalam melaksanakan kegiatannya untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari: (a) Perencanaan berarti bahwa para manajer memikirkan kegiatan-kegiatan mereka sebelum dilaksanakan yang didasarkan pada berbagai metoda, serta secara rasional dan sistematis (b) Pengorganisasian berarti bahwa para manajer mengkoordinasikan



sumberdaya-sumberdaya manusia dan material organisasi. (c) Pengarahan berarti bahwa para manajer mengarahkan, memimpin dan mempengaruhi para bawahan. (d) Pengawasan berarti para manajer berupaya untuk menjamin bahwa organisasi bergerak ke arah tujuannya, menjadi tanggung jawab manajer untuk memperbaiki apabila bagian organisasi berjalan ke arah yang salah. (Supono, 2011)

Menurut Astuti dalam (Wardani & Andarini, 2016) Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang berhasil diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya.

III. METHODS

Metode yang dapat digunakan untuk menganalisis laporan keuangan antara lain dengan menggunakan beberapa bentuk rasio keuangan (Amilin, 2019) Dalam penelitian ini, bentuk rasio keuangan yang akan digunakan adalah rasio profitabilitas yang bertujuan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Penggunaan rasio ini dilakukan untuk tiga periode interim untuk melihat perkembangan perusahaan, baik penurunan maupun kenaikan, sekaligus mencari penyebab perubahan tersebut selama beroperasi semasa pandemi COVID-19. (Situmorang & Hapsari, 2019)

IV. RESULTS AND DISCUSSION

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dengan melihat dari kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Penggunaan rasio ini dalam menganalisis laporan keuangan akan menunjukkan efisiensi perusahaan. Fokus dalam rasio ini adalah komponen yang ada dalam laporan keuangan, terutama laporan posisi keuangan (neraca) dan laporan laba rugi. Hasil perhitungan rasio profitabilitas atas Laporan Keuangan Interim PT Unilever Indonesia Tbk dan penjelasannya adalah sebagai berikut.

1. Profit margin on sales

Rasio profit margin on sales, atau rasio margin laba atas penjualan, merupakan rasio yang menghasilkan nilai margin laba yang diperoleh perusahaan atas penjualan. Untuk mendapatkan nilai rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih perusahaan setelah pajak dengan penjualan bersihnya. Terdapat dua rumus untuk menghitung ratio profit margin, yaitu sebagai berikut.

a. Margin laba kotor

Perubahan nilai profit margin on sales selama tiga triwulan pertama pada tahun 2020 ini mengalami fluktuasi yang beragam. Dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami penurunan sebesar 2,19%, di mana penurunan persentase tersebut juga dipengaruhi oleh penurunan tingkat penjualan perusahaan pada triwulan dua.

Tabel.1
LK Interim Tahun 2020

LK Interim Tahun 2020	Sales	HPP	Profit Margin on Sales
Dalam Jutaan Rp			
Januari - Maret	11.152.919	5.305.026	52,43%
April - Juni	10.619.091	5.283.487	50,25%
Juli - September	10.684.663	4.997.183	53,23%

Sementara itu, dari triwulan kedua ke triwulan ketiga nilai kembali naik sebesar 2,98%, di mana kenaikan persentase tersebut terjadi karena perusahaan berhasil meningkatkan penjualan serta mampu menurunkan harga pokok penjualannya. Pada triwulan 3 terlihat bahwa sebanyak 53,23% laba kotor telah dihasilkan dari aktivitas penjualan perusahaan.

b. Margin laba bersih



Margin laba bersih menunjukkan pendapatan bersih yang diperoleh perusahaan atas penjualannya. Sama seperti margin laba kotor sebelumnya, perubahan pada nilai net profit margin on sales mengalami fluktuasi yang beragam namun kurang signifikan. Dari triwulan pertama ke triwulan kedua, nilai margin laba bersih tersebut mengalami penurunan sebesar 0,15% sedangkan dari triwulan kedua ke triwulan ketiga nilai kembali naik sebesar 0,48%. Apabila kita kaitkan dengan masa pandemi COVID-19 sekarang, maka hal ini dapat mungkin terjadi karena pada triwulan tiga masyarakat sudah banyak yang kembali beraktivitas seperti biasa, sehingga banyak masyarakat yang sudah bisa berbelanja produk rumah tangga.

Tabel.2
LK Interim Tahun 2020

LK Interim Tahun 2020	Earning after Interest and Tax	Sales	Net Profit Margin on Sales
Dalam Jutaan Rp			
Januari - Maret	1.862.681	11.152.919	16,70%
April - Juni	1.756.954	10.619.091	16,55%
Juli - September	1.818.704.	10.684.663	17,02%

Kondisi new normal pada triwulan tiga ini juga justru mendorong masyarakat untuk semakin sadar dan berhati-hati dengan virus ini, sehingga membuat masyarakat semakin banyak membeli produk perusahaan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang berkaitan dengan pencegahan virus COVID-19 ini, seperti meningkatnya pembelian sabun, detergen, hingga produk makanan untuk meningkatkan imun tubuh masyarakat. Pada akhirnya, hal tersebut menyebabkan nilai pendapatan perusahaan setelah bunga dan pajak meningkat sehingga nilai net profit margin on sales pada triwulan tiga ini pun turut meningkat.

c. Return on Investment (ROI)

Perhitungan rasio return on investment atau hasil pengembalian investasi ini mengukur efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya dan menunjukkan produktivitas dari seluruh dana perusahaan. Rasio ini menunjukkan hasil pengembalian atas jumlah aset yang digunakan perusahaan. Rumus untuk menghitung nilai pengembalian investasi ini adalah sebagai berikut.

Tabel.3
LK Interim Tahun 2020

LK Interim Tahun 2020	Earning after Interest and Tax	Total Assets	ROI
Dalam Jutaan Rp			
Januari – Maret	1.862.681	21.543.649	8,65%
April - Juni	1.756.954	21.351.803	8,23%
Juli - September	1.818.704.	21.079.223	8,63%

Rasio ROI mengalami fluktuasi yang kurang signifikan selama tiga triwulan pada tahun 2020 ini. Nilai hasil pengembalian investasi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami penurunan sebesar 0,42% sedangkan dari triwulan kedua ke triwulan ketiga naik sebesar 0,40%. Fluktuasi nilai pengembalian investasi ini bisa dikatakan hampir sama atau impas. Dari data tersebut, bisa dilihat bahwa perusahaan cenderung memiliki tren penurunan pada total asetnya. Untuk mengetahui perubahan pada total aset tersebut dapat dilihat melalui catatan yang ada pada laporan keuangan interim perusahaan, di mana turunnya nilai aset



tersebut sejalan dengan penurunan signifikan yang terjadi pada aset tidak lancar perusahaan. Semakin besar nilai rasio maka semakin baik pula efektivitas perusahaan dalam mengelola investasinya.

d. Return on Equity (ROE)

Return on Equity (ROE), atau yang bisa disebut dengan rentabilitas modal, adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri perusahaan. Rasio ini mengukur sejauh mana perusahaan mempergunakan modal atau sumber daya yang dimilikinya untuk mampu menghasilkan laba. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung hasil pengembalian ekuitas adalah sebagai berikut.

Tabel.4
LK Interim Tahun 2020

LK Interim Tahun 2020	Earning after Interest and Tax	Equity	ROE
Dalam Jutaan Rp			
Januari – Maret	1.862.681	7.219.221	25,80%
April - Juni	1.756.954	8.807.885.	19,95%
Juli - September	1.818.704.	6.485.953	28,04%

Perhitungan ROE pada periode sembilan bulan pertama tahun 2020 ini mengalami fluktuasi yang beragam dan cukup signifikan. Pada triwulan kedua, nilai pengembalian atas modal mengalami penurunan yang cukup drastis dari triwulan satu, yaitu sebesar 5,85%. Sementara itu, pada triwulan tiga, nilai ROE dapat kembali meningkat secara drastis, bahkan melebihi triwulan satu, dengan nilai peningkatan sebesar 8,09% dari triwulan dua. Kondisi ini berarti bahwa perusahaan mampu untuk membayar atau mengembalikan modalnya dan telah secara efisien menggunakan modalnya untuk memperoleh laba. Hal itu dapat terjadi karena adanya peningkatan laba perusahaan yang cukup besar diikuti dengan penurunan nilai ekuitas yang sangat drastis pada triwulan tiga sehingga rasio mengalami peningkatan. Kemampuan perusahaan ini juga menjadi salah satu tolok ukur bagi calon investor kedepannya untuk menaruh modal di perusahaan.

e. Return on Assets (ROA)

Rasio return on assets adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya yang mendanai aset tersebut. Rumus untuk menghitung nilai rasio return on assets adalah sebagai berikut.

Tabel.5
LK Interim Tahun 2020

LK Interim Tahun 2020	Earning after Interest and Tax	Aset Rata-Rata	ROA
Dalam Jutaan Rp			
Januari - Maret	1.862.681	21.096.510	8,83%
April - Juni	1.756.954	21.447.726	8,19%
Juli - September	1.818.704.	21.215.513	8,57%



Rasio ROA mengalami fluktuasi yang kurang signifikan selama tiga triwulan pada tahun 2020 ini. Nilai hasil pengembalian investasi dari triwulan pertama ke triwulan kedua mengalami penurunan sebesar 0,64% sedangkan dari triwulan kedua ke triwulan ketiga naik sebesar 0,38%. Rasio yang semakin besar menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari nilai aset yang dimilikinya. Pada triwulan dua terlihat bahwa nilai ROA merupakan nilai yang paling kecil dari tiga triwulan terakhir tersebut. Penyebabnya yaitu nilai pendapatan yang secara drastis telah menurun selama triwulan dua sementara nilai aset rata-rata perusahaan justru mencapai nilai tertingginya. Adapun kondisi negara Indonesia ketika triwulan dua, yaitu selama bulan April hingga Juni, sedang terjadi pembatasan besar-besaran, maka hal tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap nilai pendapatan perusahaan. Namun meskipun begitu, dapat dilihat bahwa perusahaan dinilai tetap efektif dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba karena fluktuasi yang terjadi selama tiga triwulan tersebut tidak terlalu signifikan.

f. Earning per Share (EPS) of Common Stock

Rasio ini biasa disebut juga dengan laba per lembar saham biasa. Perhitungan rasio ini digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Keuntungan yang dimaksud tersebut adalah jumlah keuntungan yang diterima pemegang saham setelah dipotong pajak, dividen, dan dikurangi hak lain untuk pemegang saham prioritas. Rumus untuk menghitung nilai EPS tersebut adalah sebagai berikut. Earning per share of common stock perusahaan dari periode tiga bulan pertama ke periode sembilan bulan berikutnya mengalami peningkatan. Hal tersebut berarti baik karena manajemen mampu meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya. Kemudian, apabila nilai earning per share tersebut dihitung dengan kategori tiga bulan selama tahun 2020 seperti periode pertama Januari – Maret, April – Juni, hingga Juli – September, maka nilainya adalah sebagai berikut.

V. CONCLUSION

PT Unilever Indonesia Tbk adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industri consumer goods yang cukup terkemuka di Indonesia. Perusahaan yang dinilai dekat sekali dengan penyediaan kebutuhan sehari-hari masyarakat ini tentunya akan mudah terdampak dari kondisi yang ada sekarang. Dengan adanya pandemi COVID-19 yang telah muncul dari akhir tahun 2019 – awal tahun 2020 di dunia, serta mulai meningkat pada sekitar akhir Maret 2020 di Indonesia, maka perekonomian Indonesia pun turut terganggu. Kondisi tersebut juga secara signifikan memengaruhi pasar yang ada, terutama pasar yang bersinggungan dengan kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti PT. Unilever Indonesia Tbk ini. Pengguna laporan keuangan, seperti investor maupun debitor, serta manajemen perusahaan itu sendiri tentu membutuhkan analisis ataupun interpretasi sederhana atas data dan informasi yang disajikan dalam laporan keuangan perusahaan. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui kinerja manajemen perusahaan dalam rentang waktu selama masa pandemic COVID-19 ini. Pengukuran dan analisis dengan berbagai jenis rasio keuangan dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan dimaksud.

Dengan adanya perhitungan rasio profitabilitas, dapat diketahui pola perubahan atas laporan keuangan perusahaan selama beberapa periode interim pada masa pandemi COVID-19 tahun 2020 tersebut dan juga kondisi serta kinerja keuangan perusahaan, sesuai dengan perhitungan rasio yang telah dilakukan pada karya ilmiah ini dalam bab hasil penelitian dan pembahasan. Kinerja PT Unilever Indonesia Tbk selama sembilan bulan terakhir pada tahun 2020 atau mulai periode Januari hingga September ini dinilai cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan kemampuan perusahaan untuk dapat kembali meningkatkan seluruh nilai rasio profitabilitasnya dalam kurun tiga bulan terakhir ini. Ketika masyarakat sudah mulai kembali beraktivitas seperti biasa, meskipun pandemi ini juga belum berakhir, perusahaan membuktikan kemampuannya untuk dapat membangkitkan perusahaannya sendiri dan menyejahterakan pemegang sahamnya. Terlihat dari nilai penjualan yang pada periode tiga bulan terakhir dapat meningkat dari tiga bulan pada periode sebelumnya, diikuti dengan peningkatan laba, serta efisiensi biaya yang dapat dilihat dari menurunnya harga pokok penjualan perusahaan. Seluruh nilai rasio profitabilitas yang pada akhirnya meningkat pada triwulan ketiga menunjukkan bahwa PT Unilever Indonesia Tbk dapat memanfaatkan sumber dayanya dengan efektif untuk dapat menghasilkan keuntungan. Oleh karena itu, berdasarkan perhitungan rasio di atas, dapat disimpulkan bahwa pola perubahan rasio profitabilitas selama masa pandemi fluktuatif namun cenderung dapat kembali meningkat sehingga dapat dikatakan kinerja manajemen PT Unilever Indonesia Tbk adalah baik.

Sementara itu, saran untuk PT Unilever Indonesia Tbk adalah untuk terus mempertahankan kinerja baiknya. PT Unilever Indonesia Tbk diharapkan dapat memanfaatkan momen untuk memperluas pasar dan



mencari cara untuk dapat memasarkan produk-produknya dengan lebih mudah terutama di masa pandemi ini sehingga laba dapat terus meningkat. Selain itu, nilai harga pokok penjualan dan biaya operasional di luar produksi lainnya diharapkan dapat semakin ditekan pengeluarannya namun tetap memperhatikan kualitas produk yang sudah baik agar tidak kehilangan kepercayaan pelanggan. Pemanfaatan sumber daya, aset, serta ekuitas perusahaan diharapkan dapat terus optimal untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

REFERENCES

- [1] A.Pearce, John Ii, Richard B.Robinson, J. (2014). Manajemen Strategi. Jakarta: Salemba Empat.
- [2] Alianto, H. (2011). Analisis Proses Bisnis Pada Pt Optik Xyz. Comtech, 2(2), 896–911.
- [3] Amilin. (2019). Analisis Informasi Keuangan. Tangerang: Universitas Terbuka.
- [4] Jati, H. (2017). Seminar Nasional Riset Inovatif 2017, 536–544.
- [5] Rulhudana, F. (2015). Pola Penggunaan Tik Di Manajemen Bisnis Ukm (Studi Kasus Pada Ukm Buana Property Di Provinsi Bali). Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik, 19(2), 123970.
- [6] Situmorang, D., & Hapsari, V. R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belajar Akuntansi Di Daerah 3t. Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis, 7(1), 77–84. <https://doi.org/10.30871/Jaemb.V7i1.1406>
- [7] Supono, B. (2011). Peranan Modal Sosial Dalam Implementasi Manajemen Dan Bisnis Boedyo Supono Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 11(1), 10–16.
- [8] Wardani, D. K., & Andarini, D. F. T. (2016). Pengaruh Kondisi Fundamental, Inflasi, Dan Suku Bunga Sertifikat Bank Indonesia Terhadap Harga Saham (Study Kasus Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013). Jurnal Akuntansi, 4(2), 77–90. <https://doi.org/10.24964/Ja.V4i2.233>

